

El sector turístico: pilar fundamental del crecimiento económico en España



Gabinete
de estudios
económicos
axesor

axesor
conocer para decidir

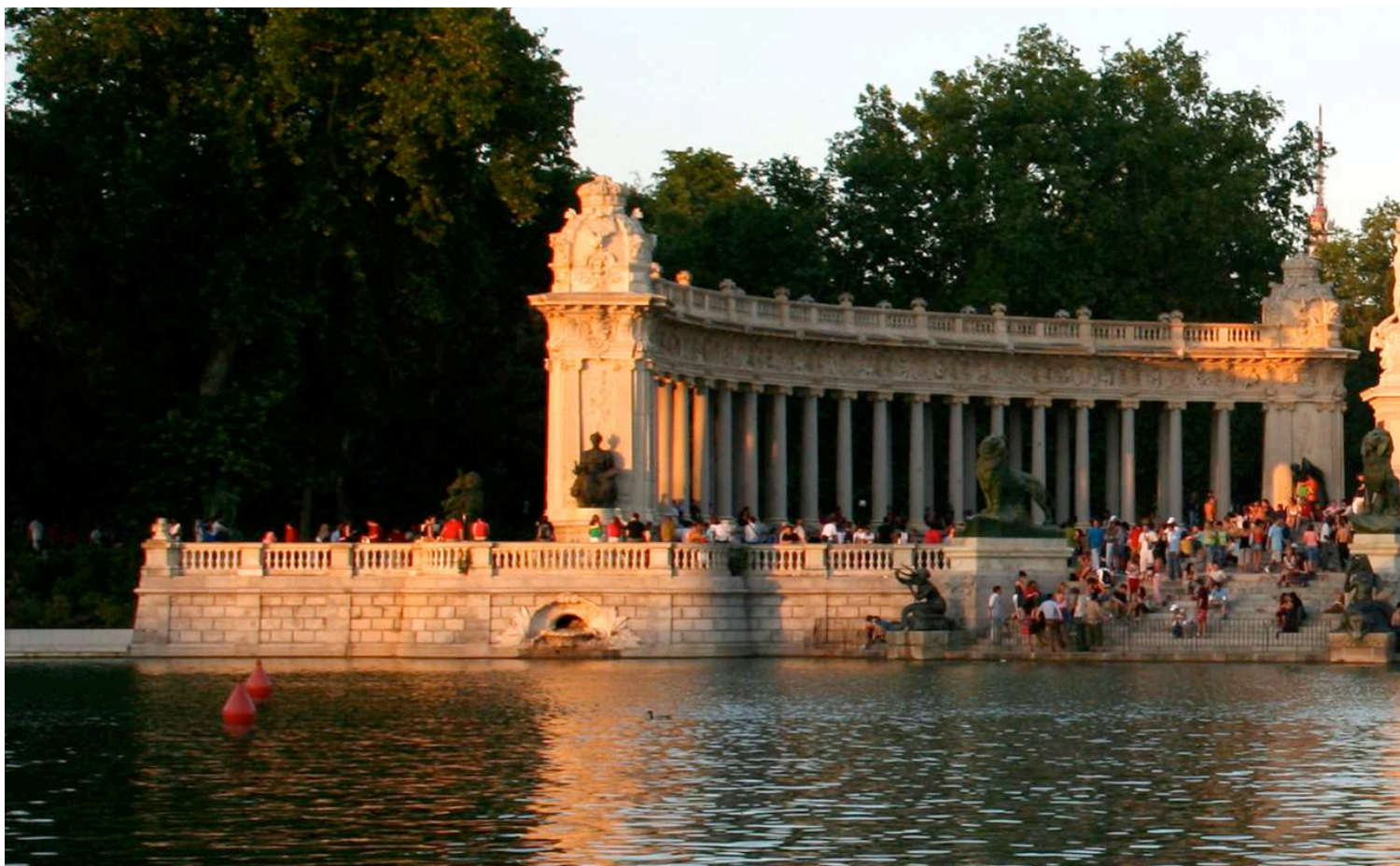




El sector turístico: pilar fundamental del crecimiento económico en España

CONTENIDOS

1. Resumen Ejecutivo.	6
2. Introducción.	9
3. Balance macroeconómico.	10
4. Peso del Turismo en el PIB español: Empleo y Balanza de Pagos.	15
5. La oferta turística.	16
6. La demanda turística.	18
7. Balance empresarial.	22
8. Perspectivas macroeconómicas para 2016.	24



1 | Resumen Ejecutivo.

- **El turismo en el mundo supone alrededor del 10% del producto interior bruto (PIB) mundial y uno de cada once empleos en el planeta están directa o indirectamente vinculados a la actividad turística**, representando un 6% del comercio internacional y un 30% de las exportaciones de servicios mundiales. En 2015 el número de turistas internacionales ascendió a 1.184 millones de personas, cifra un 4,4% superior a la de 2014.

- **En España, el peso de la actividad turística es incluso mayor. Representa alrededor del 11,7% del PIB** y uno de cada nueve empleos están directa o indirectamente vinculados a la actividad turística, que supone el 14,1% de nuestras exportaciones totales de bienes y servicios.

- Tras recibir 68,1 millones de turistas en 2015, la cuota de mercado del sector turístico español en el mundo se situó en el 5,75%. Atendiendo al gasto asociado al turista internacional, la cuota de mercado de España en el mundo se sitúa alrededor del 4,7% en 2015. De la necesidad de hacer más atractivo nuestro país como destino turístico para los países emergentes (especialmente China y la India) habla el siguiente dato: si el 24% o el 10,6% del gasto turístico internacional que realizan británicos y alemanes en el mundo se queda en España, dicho porcentaje tan solo asciende al 0,16% en el caso de los turistas chinos, los cuales hace años que se convirtieron en los que más

gastan en turismo del mundo, superando los 165.000 millones de dólares anuales, cifra que aumenta a un ritmo anual superior al 20%.

- **La economía española tiene el sector turístico más competitivo del mundo, según el indicador de competitividad turística que elaboró el World Economic Forum en 2015**, gracias a sus infraestructuras, la riqueza de sus recursos naturales y, especialmente, culturales (número de bienes Patrimonio de la Humanidad, su patrimonio de expresiones de cultura intangible y oral, eventos deportivos, encuentros internacionales de asociaciones, demanda digital de turismo cultural y de entretenimiento) y a la correcta asignación de prioridades en la gestión turística.

- España se encuentra en una fase de transición hacia una renovación de su modelo turístico, más orientado hacia la innovación, la excelencia y la sostenibilidad. En este sentido, los datos aportados por los principales indicadores turísticos del año 2015 permiten verificar el proceso de cambio, con avances muy notorios.

- Dicha fase de transición se ha beneficiado de un contexto macroeconómico propicio, impulsado por factores tales como la caída del precio del petróleo, la depreciación del euro frente al dólar y la libra esterlina, y por la inestabilidad geopolítica de algunos de nuestros mercados competidores, que ha contribuido, sin duda, a mejorar el desempeño de los principales destinos turísticos del país. Todo esto ha ayudado a situar las



entradas de turistas internacionales en 2015 en la cifra récord de 68,1 millones.

- A ello se suma la recuperación de la economía española, cuyo crecimiento en 2015 alcanzó el 3,2% del PIB, coadyuvando a la recuperación de la rentabilidad socioeconómica de los destinos turísticos urbanos, que fueron los que más sufrieron durante la crisis. Gracias a ello, los destinos vacacionales españoles terminaron 2015 con ingresos de alojamiento medios por encima de los niveles previos a la crisis (55,7€ frente a 54,7€ en 2008).

- **Con un aumento de los ingresos turísticos de los destinos urbanos del 11,5% y del empleo del 5,4%, los destinos urbanos han sido los que han experimentado una mayor mejoría.** Este buen comportamiento se explica principalmente por la recuperación de la demanda española y, especialmente, el fuerte aumento del turismo de negocios, nacional e internacional.

- **En general, los destinos vacacionales españoles registraron niveles de rentabilidad socioeconómica originados por el turismo muy superiores a los de 2014, provenientes del aumento del 8,7% de los ingresos y del incremento del 5,1% en la creación de empleo.** Finalmente, el ingreso medio por habitación disponible (RevPAR) medio de los destinos vacacionales en 2015 alcanzó los 62,3€ (6,6 € superior al urbano), lo que supone situarse por quinto año consecutivo por encima de los niveles pre-crisis de 2008. En el total de destinos, el ingreso medio por habitación disponible

(RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, se situó en 2015 en 48,8 euros, lo que supone un aumento del 11,1% interanual. Dicho indicador alcanzó los 36,9 y los 43,1 euros en enero y febrero de 2016, respectivamente, lo que representa un incremento del 9,3% y del 16,5% con respecto a los mismos meses de 2015.

- Desde la óptica de la demanda externa, el turismo internacional tuvo en el año 2015 un comportamiento muy positivo, dando continuidad al ritmo de crecimiento retomado en el 2010. **A este buen resultado del turismo extranjero hacia España han contribuido los tradicionales mercados europeos emisores, junto con la presencia de nuevos mercados al alza, que propician una diversificación geográfica de la procedencia de los turistas, fundamentalmente por la incorporación de economías emergentes.** De este modo, España participa intensamente en la dinámica de crecimiento del turismo internacional que, según la Organización Mundial del Turismo, creció en 2015 a un ritmo del 4,4%.

- A diferencia de los años de la crisis, el comportamiento de la demanda interna también contribuyó positivamente al crecimiento del sector. Los indicadores de demanda turística interna (alojamiento y transporte) de los españoles cerraron 2015 con crecimientos superiores al 5%. Por último, reflejo de la mejora de la economía española en el año 2015 es el aumento del 15,3% de las salidas de turistas españoles fuera de nuestras fronteras.



- **Los viajes de los residentes muestran cambios notorios: una menor concentración de los viajes en los meses de verano, esto es, una disminución de la estacionalidad**, como refleja el índice de estacionalidad turística; una menor concentración geográfica de los viajes y una diversificación del tipo de viaje (vacaciones, fines de semana, puentes, etc.), adquiriendo cada vez mayor importancia los viajes de fin de semana.

- El buen comportamiento de ambos indicadores, tanto el de turismo residente como el de turismo no residente, dejó el peso de las pernoctaciones en establecimientos hoteleros de los primeros en el 35,8% del total, por lo que el 64,2% de las pernoctaciones en el año 2015 fue de turistas no residentes.

- **Los establecimientos hoteleros constituyen la tipología de alojamiento con mayor capacidad, agrupando a más de la mitad del conjunto de plazas existentes en alojamientos turísticos colectivos** (establecimientos hoteleros, camping, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural) y, cuya oferta se concentra mayoritariamente en los establecimientos de mayor categoría.

- **Del análisis de la balanza de pagos se desprende que en el año 2015 la balanza turística empeoró en 168 millones de euros, resultado de un aumento superior de los pagos (+15,3%) sobre el registrado en los ingresos (+3,9%).** No obstante, la importancia de los ingresos turísticos es año tras año mayor y en 2015 se elevó hasta los 50.926 millones de euros.

- El balance del comportamiento del empleo en el sector es tremendamente positivo, tanto en 2015 como en el primer trimestre de 2016. El ritmo de crecimiento de las afiliaciones a la seguridad social dobla el observado para el conjunto de la economía española.

- En relación a la demografía empresarial, el balance de destrucción de empresas desde 2008, año de inicio de una de las peores crisis económicas y financieras de la historia de España, es de 2.149 empresas en el sector. No obstante, la creación de empresas en el sector tras caer de manera consecutiva en 2007, 2008 y 2009 cambió de tendencia en 2010 para crecer todos los años, hasta 2015 que fue récord histórico de sociedades creadas en el sector. En 2015 los procedimientos formales de insolvencia fueron la mitad que en 2013 (312 frente a los 608 de 2013).

- **El primer trimestre de 2016 arroja datos muy favorables de creación de empresas al constituirse 3.325 nuevas sociedades, lo que supone un incremento interanual del 32,3%. Se trata del mejor comienzo de año desde el año 2006.** Los procedimientos formales de insolvencia, por su parte, siguen con su tendencia a disminuir. Los 89 concursos de acreedores registrados recogen una nueva caída del 15% interanual.

- El año 2015 también se ha caracterizado por ser el año de la recuperación de la inversión en capital emprendedor, tras seis años de caída y estancamiento del capital suscrito por las nuevas empresas vinculadas a la actividad turística. Los 480 millones de euros de capital invertidos en 2015 representa la misma inversión que la suma de capital suscrito entre 2011 y 2014.

- La restricción de crédito también sacudió el sector del turismo. **El saldo vivo de crédito de las empresas del sector se ha reducido en casi 10.000 millones de euros desde 2011 hasta finales de 2015.** Estas compañías encontraron alternativas en la autofinanciación a través de ampliaciones de capital y también en las emisiones en los mercados de deuda. Iniciativas como la creación del Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF) dan alternativas de financiación a empresas medianas, complementando así el tradicional canal de financiación bancaria.

- En los dos primeros meses de 2016 se consolida el repunte de la demanda nacional y el fuerte tirón de la demanda internacional. **Si bien los dos últimos meses de 2015 la demanda española había experimentado una notable desaceleración debido en gran parte al retraso en el lanzamiento del programa de viajes del IMSERSO y la menor propensión a viajar tras los atentados de París**, indicadores tales como tráfico aéreo de pasajeros, entrada de turistas o pernoctaciones en hoteles recogen un excelente inicio de año en el sector del turismo al mostrar todos ellos crecimientos de dos dígitos en los primeros compases del año. En efecto, al crecimiento del número de turistas que visitan España en un 12,5% hasta los 7,2 millones hay que añadir el impulso adquirido por el gasto turístico de los extranjeros del 5,8% hasta los 7.415 millones de euros así como el fuerte aumento del tráfico aéreo y del número de pernoctaciones, del 14,3% y del 10,5% interanual, respectivamente.

- **Los principales países emisores en los dos primeros meses de 2016 fueron Reino Unido (con 1.513.111 turistas y un incremento del 16,7% respecto a los dos primeros meses de 2015), Francia (con 1.002.941 turistas y un aumento del 8,5%) y Alemania (con 941.336 turistas y un crecimiento del 3,5%).**

- El primer trimestre se cerró con una excelente Semana Santa para el sector turístico, al aumentar la ocupación hotelera un 10% con respecto a 2015, rondado ésta el 100% en Canarias y el 80% en zonas del Mediterráneo (principalmente en la Comunidad Valenciana, Costa del Sol y Baleares).

- **Las perspectivas para el conjunto del año 2016 son muy positivas en general. Según nuestras previsiones recogidas en el Boletín de Coyuntura Económica FOCUS, la economía española crecerá en torno al 2,6%, facilitando la continuidad de la recuperación del mercado doméstico.** A ello hay que añadir que, de nuestros principales clientes (Reino Unido, Francia y Alemania), tan sólo la economía británica parece ralentizar muy ligeramente su crecimiento en 2016, aspecto que incluso podría ser más que compensado si continúa la depreciación del euro con respecto a la libra esterlina. Mientras, las previsiones de invierno de la Comisión Europea apuntan hacia una leve mejora del crecimiento tanto de Francia como de Alemania en 2016.

- El crecimiento imparable de la economía colaborativa obliga a las instituciones a adaptar la regulación a una nueva época de consumir y demandar los servicios vinculados al turismo. El año 2015 fue testigo de este nuevo fenómeno, donde el alojamiento en viviendas de alquiler turístico es el máximo exponente de ello. Aspectos tales como su posible competencia desleal y las ventajas derivadas de los vacíos legales y la exigua regulación, los efectos negativos sobre la convivencia ciudadana o la menor contribución socio-económica del alquiler de viviendas turísticas obligan a Gobierno y reguladores a diseñar un marco regulatorio óptimo.

2 | Introducción.

El turismo se ha consolidado como uno de los principales sectores del país tras la crisis, siendo aún más importante para la economía española hoy, de lo que era antes del estallido de la burbuja inmobiliaria y de la irrupción de la crisis económica y financiera internacional.

España gana o mantiene año tras año cuota de mercado en el comercio internacional de servicios relacionados con el turismo, caracterizado por un fuerte crecimiento medio del 4% en los últimos años, según la Organización Mundial de Turismo.

La actividad turística atraviesa un momento dulce, por un lado batiendo récord de visitantes anual en 2015 y, por otro, ocupando por primera vez el número uno de la clasificación internacional atendiendo a competitividad del sector. En 2015, y según el indicador de competitividad turística que elaboró el World Economic Forum, el sector turístico español es el más competitivo del mundo, gracias a sus infraestructuras, la riqueza de sus recursos naturales y, especialmente, culturales (número de bienes Patrimonio de la Humanidad, su patrimonio de expresiones de cultura intangible y oral, eventos deportivos, encuentros internacionales de asociaciones, demanda digital de turismo cultural y de entretenimiento) y a la correcta asignación de prioridades en la gestión turística.

La inestabilidad y el riesgo asociados a algunos destinos mediterráneos tales como Turquía, Egipto o Túnez, unido a la crisis migratoria, han favorecido al sector turístico de sol y playa español en los últimos años. Hoy, la amenaza terrorista internacional se cierne sobre la industria turística en su totalidad. Europa y España podrían ver sus ingresos afectados ya en 2016. En el contexto actual la seguridad adquiere cada vez una mayor relevancia. En este sentido, la Organización Mundial de Turismo insta a los Gobiernos a que cuenten con las administraciones de turismo en sus planes, estructuras y procedimientos nacionales de seguridad, no solo para asegurarse de que se minimice la exposición del sector a las amenazas, sino también para garantizar que se aproveche al máximo la capacidad del sector de contribuir a la seguridad, ya que ambos aspectos deberían ir de la mano.

El presente informe se divide en tres partes. En primer lugar, se hace balance macroeconómico del año 2015 en España y en los principales países emisores, con el objetivo de comprender mejor la evolución seguida por el sector turístico en España en dicho ejercicio. Del mismo modo, nos proponemos destacar la importancia del sector para el empleo, para la balanza de pagos y para la economía en su conjunto. En segundo lugar, se analizarán brevemente las principales tendencias observadas en el sector, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta. Finalmente, se hará un breve balance empresarial, destacando la evolución seguida recientemente por la demografía empresarial y por la financiación de las empresas relacionadas con el turismo, ya sea bien directamente (servicios de alojamiento, turoperadores y agencias de viajes) como indirectamente (servicios de comidas y bebidas).

3 | Balance macroeconómico.

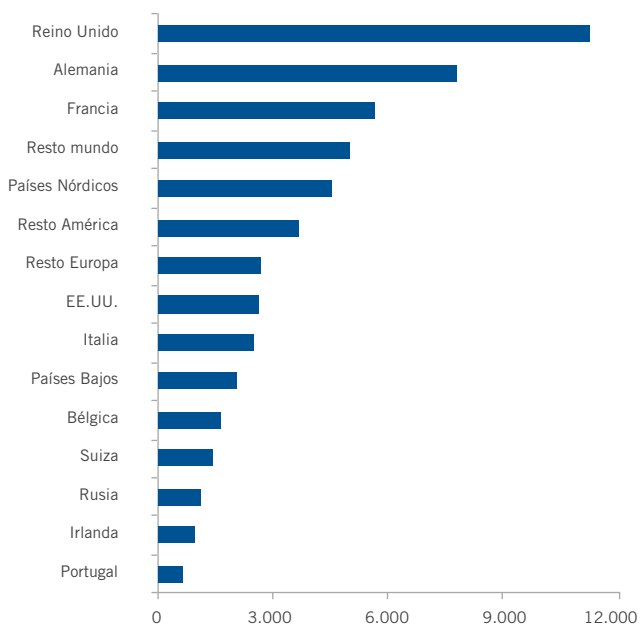
3.1. Panorama general económico del año 2015 en España y en los principales mercados emisores.

El año 2015 se caracterizó por el fuerte crecimiento de la economía española, superando por primera vez desde 2007 la tasa media de crecimiento histórica. **Con una tasa de crecimiento del 3,2% del PIB (más del doble que la tasa de crecimiento media de la zona euro), la economía española fue capaz de crear más medio millón de empleos netos.**

Una parte significativa de esos empleos fueron relacionados con el turismo. El leve pero significativo impulso del crecimiento en la zona euro, pasando de crecer del 0,9% al 1,5%, y el fuerte crecimiento de la economía británica (nuestro principal cliente) fueron suficientes para registrar récord de entrada de turistas. Con la única excepción de Alemania, cuya economía se ralentizó levemente (del 1,6% en 2014 al 1,4% en 2015), los principales países emisores de turistas de la zona euro (Francia e Italia) hacia España aumentaron significativamente el número de visitas a nuestro país. Entre todos ellos destacan los fuertes crecimientos de Francia y Bélgica.

El gráfico 1 muestra los principales clientes internacionales de la industria turística española. **Los británicos son de lejos, seguidos por alemanes y franceses, los turistas que más gasto turístico internacional realizan al visitar España.**

Gráfico 1. Gasto de los turistas internacionales según país de residencia. 2015. Millones de euros

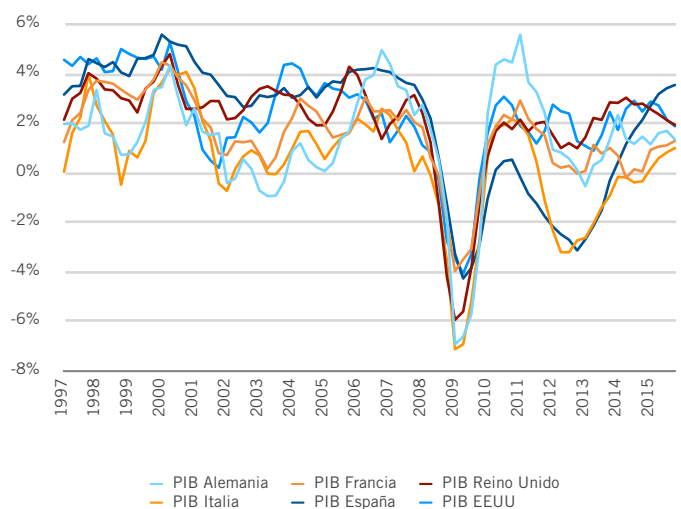


Fuente: Egatur, INE

A continuación, se situaron en 2015 estadounidenses e italianos, destacando el crecimiento de los primeros debido a

la depreciación del euro con respecto al dólar, así como al notable crecimiento de la economía norteamericana, tal y como recoge el gráfico 2, donde se observa la recuperación más rápida de la economía de Estados Unidos en los últimos años y el mayor crecimiento a lo largo de 2015. **El gráfico también permite observar la diferencia en la velocidad de recuperación y de crecimiento en Europa entre Reino Unido y Alemania, por un lado, y Francia e Italia, por otro.** Sobresale el buen comportamiento de la economía española en 2015, muy superior al del resto de economías aquí comparadas, si bien ésta partía de niveles relativos más bajos de producción debido a la profunda crisis vivida.

Gráfico 2. Crecimiento económico (1997-2015)

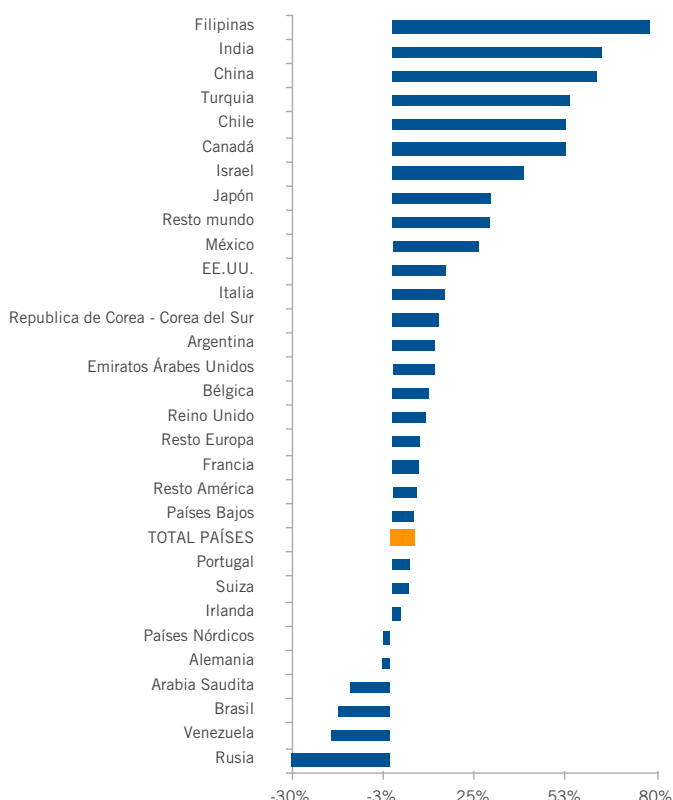


Fuente: Eurostat y Reserva Federal

El año 2015 también se caracterizó por la fuerte volatilidad en los mercados financieros internacionales, tras las dudas surgidas sobre la capacidad de crecimiento y de gestionar el excesivo endeudamiento de la economía china. La subida de tipos de interés por parte de la Reserva Federal de Estados Unidos también ha puesto en duda el crecimiento de algunas economías emergentes con deuda en dólares. En el panorama internacional, el año 2015 fue especialmente difícil para las economías rusa y brasileña, muy dependiente la primera del precio del crudo y seriamente afectada por escándalos de corrupción y el bajo precio de las materias primas la segunda. Ello se ha traducido en el retroceso después de varios años de la llegada a España de turistas rusos y brasileños.

Si nos fijamos en la tasa de variación del gasto turístico por país en España en 2015 (gráfico 3), destacan los crecimientos de dos dígitos superiores al 50% de seis países: Filipinas, China, India, Turquía, Chile y Canadá. Se observan, en general, mayores tasas de crecimiento del gasto de turistas procedentes de fuera de la Unión Europea, lo que es una muy buena noticia para diversificar y complementar la ya elevada afluencia de turismo europeo muy centrado en la oferta de sol y playa. Dentro de Europa destaca el crecimiento del gasto procedente de las visitas de Italia, Bélgica y el Reino Unido, todas ellas por encima del 10% interanual.

Gráfico 3. Tasa de variación en el gasto de los turistas según país de residencia. 2015



Fuente: Eqatur, INE

Las profundas crisis económicas que atraviesan países tales como Rusia, Brasil o Venezuela ayudan a explicar la fuerte caída del gasto turístico de estos países en 2015. La fuerte caída del precio petróleo se encuentra probablemente detrás de la disminución en el gasto observada en los turistas saudíes. Dentro de los países nórdicos, tanto Finlandia, inmersa en un estancamiento económico que ya dura cinco años y muy dependiente de las exportaciones a Rusia y a China, como Noruega, perjudicada como exportador de crudo por los bajos precios, permiten explicar el retroceso en el gasto turístico de estos países, donde sólo Suecia contribuye positivamente gracias al fuerte y equilibrado crecimiento de su economía.

El año 2015 representó para la economía española el de la consolidación de la recuperación económica, tras sufrir una de las crisis económica y financiera más profunda y larga de la historia moderna. Factores de índole externa, tales como el bajo precio del petróleo en una economía muy dependiente del crudo o la intervención del BCE bajando a mínimos históricos el precio del dinero y ayudando a reducir el coste de financiación para hogares y empresas, fueron determinantes en la recuperación económica.

A ellos se añadió el efecto de varias reformas estructurales llevadas a cabo tales como la reforma laboral, el saneamiento del sistema financiero, la reforma de la Ley Concursal y distintas medidas relativas a la competencia y la regulación en el mercado de bienes y servicios. Si a ello añadimos una política fiscal expansiva como la adoptada por el Gobierno en 2015, tenemos el conjunto de factores principales que explican el fuerte crecimiento económico del 3,2%, impulsado en 2015

tanto por el consumo privado gracias a la fuerte creación de empleo como por la inversión de las empresas en bienes de equipo que logró crecer por encima del 10% tanto en 2014 como en 2015.

El buen desempeño de la economía española en 2015 impulsó el cambio de tendencia en relación a los viajes de residentes tanto dentro como fuera de España. El sector residente se sumó así, por tanto, a impulsar el sector turístico en España.

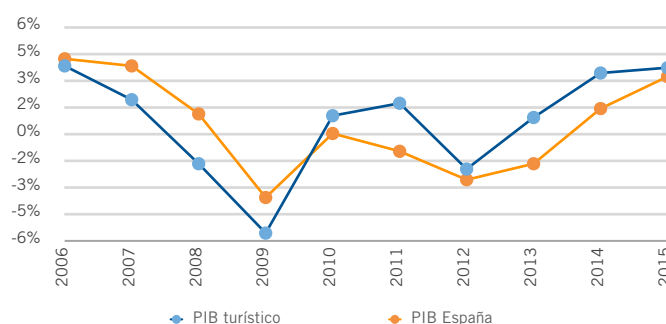
A diferencia de los años anteriores, en 2015 el turismo residente también aumentó con fuerza, lo que también contribuyó a la mejora de las ventas y de la rentabilidad de las empresas del sector. **Si el número de viajes de los españoles acumulaba una caída del 11,8% entre 2009 y 2014, los residentes en España realizaron 175 millones de viajes en el año 2015, lo que supone un incremento del 5,9% respecto al año anterior.**

En efecto, tras dos años de caídas en los movimientos turísticos de los residentes, inmersos en una tendencia negativa desde el inicio de la crisis en 2009, 2015 no solo fue el año del cambio de tendencia en los movimientos turísticos sino que se consolidó como el año récord de movimientos en la serie histórica. Se convierte así en una referencia real de mejora de la situación y de la economía nacional en el año 2015 en relación a los seis años anteriores.

Pese a que la contribución de la demanda externa fue negativa en 2015 (-0,5%), debido al fuerte crecimiento de las importaciones; las exportaciones crecieron a un buen ritmo, especialmente si consideramos el parón experimentado por el comercio internacional de bienes. **Dentro del buen comportamiento de las exportaciones de servicios, las exportaciones turísticas no fueron una excepción, situando a España como el tercer destino del mundo por número de turistas recibidos y el segundo si atendemos a los ingresos obtenidos, sólo por detrás de Estados Unidos.**

El gráfico 4 permite apreciar como la economía turística se recuperó antes y con más fuerza de la crisis económica y financiera internacional de 2008-09 y, pese a la recaída en 2012 como resultado de la crisis de la eurozona en relación a la continuidad de la moneda única, recuperó el crecimiento en 2013, consolidando un crecimiento fuerte por encima de la media nacional tanto en 2014 como en 2015.

Gráfico 4. Tasa de variación del PIB en porcentaje

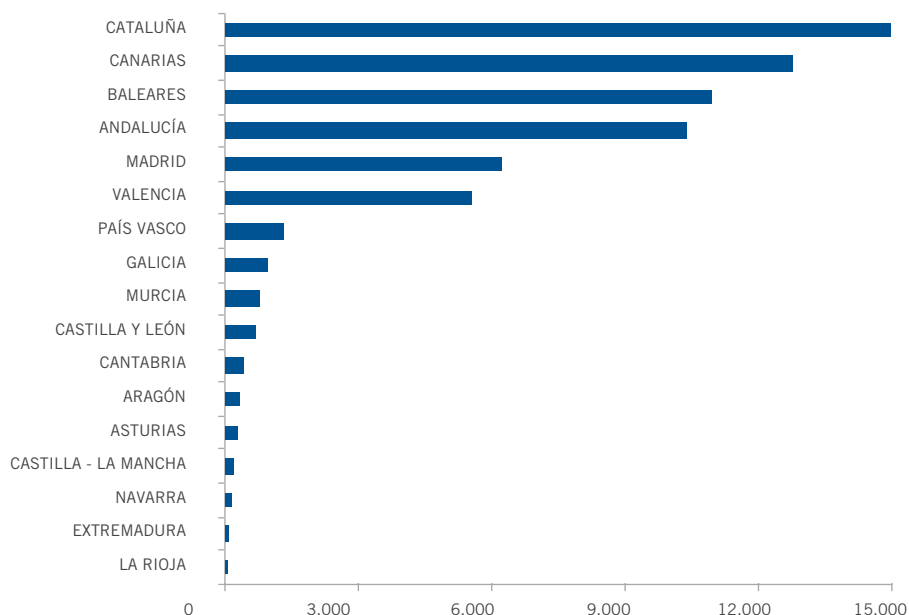


Fuente: INE

Las comunidades autónomas que registraron mejor comportamiento económico fueron en su mayoría regiones en las que el turismo juega un papel muy relevante por su importancia para la economía local.

De hecho, en 2014 y en 2015 las regiones con mayor peso del sector turístico crecen más que aquellas donde la actividad turística no es tan importante. El gráfico 5 recoge la importancia de los ingresos procedentes del turismo internacional para las distintas comunidades autónomas. Destacan **Cataluña y Canarias, regiones donde el gasto de los turistas supera los 12.000 millones de euros, seguidas de Baleares y Andalucía con importes superiores a los 10.000 millones de euros**. En quinta posición se consolida el primer destino nacional no costero, Madrid, con ingresos que superan ligeramente los 6.000 millones de euros.

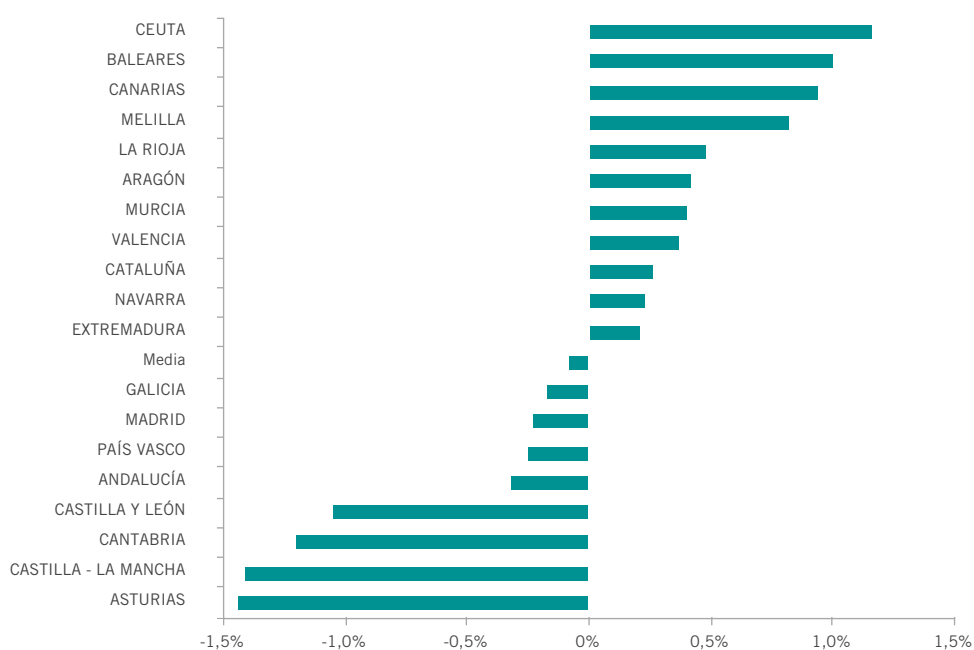
Gráfico 5. Gasto de los turistas internacionales por CCAA. 2015. Millones de euros



Fuente: Egatur, INE

Si observamos el crecimiento del PIB regional para los años 2013 y 2014 procedente de la Contabilidad Regional de España elaborada por el INE (gráfico 6), se concluye que **las comunidades autónomas que registraron mejor comportamiento económico fueron en su mayoría regiones en las que el turismo juega un papel muy relevante por su importancia para la economía local**. Tal es el caso de las Islas Baleares, Canarias, la región de Murcia, la comunidad valenciana o de Cataluña.

Gráfico 6. Crecimiento medio del PIB. Años 2013 y 2014



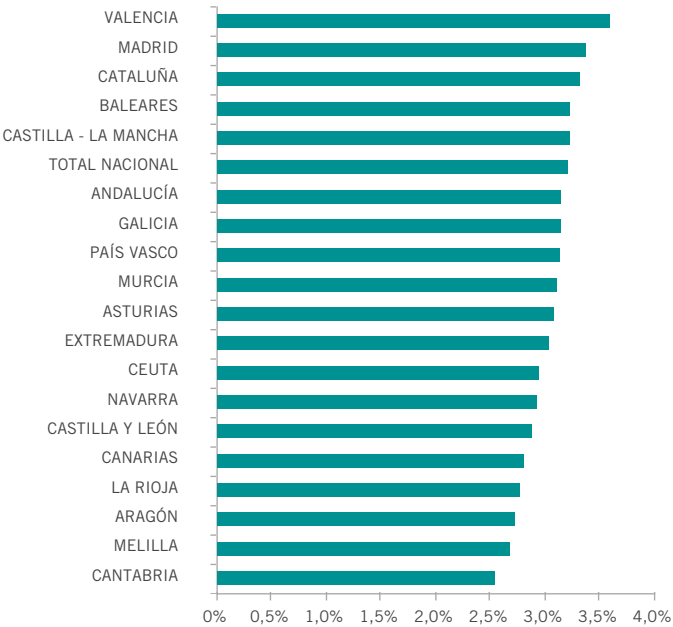
Fuente: Contabilidad Regional de España, INE





Algo que siguió siendo notorio en el desempeño de las regiones en 2015, donde comunidades autónomas donde el sector turismo adquiere significado peso y protagonismo, tales como la Comunidad Valenciana, Cataluña, Baleares o Andalucía crecieron por encima de la media nacional, tal y como recoge el gráfico 7.

Gráfico 7. Tasa de variación del PIB 2015 (1ªE) / 2014

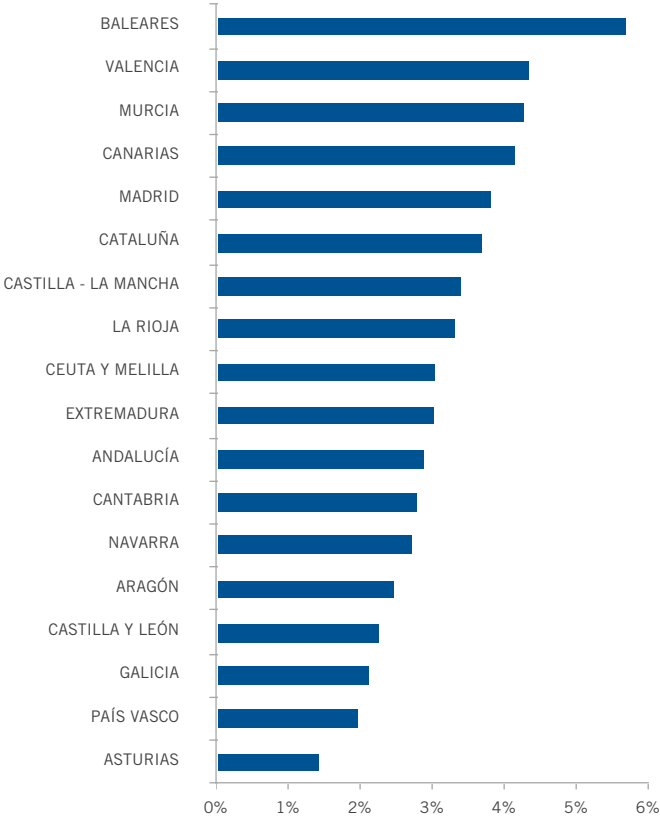


Fuente: Contabilidad Regional de España, INE

* Los datos de 2015 corresponden a la 1ª Estimación

El impacto de la bonanza turística es aún mayor sobre el empleo, al tratarse de un sector intensivo en mano de obra. Como muestra el gráfico 8, **las seis comunidades autónomas líderes en creación de empleo coinciden con aquellas en las que el turismo es un sector con mayor peso sobre el total** (con la única excepción de la comunidad de Madrid).

Gráfico 8. Tasa de variación del empleo. 2015



Fuente: Seguridad Social

Se observa, por tanto, un crecimiento sesgado hacia Madrid y hacia regiones de litoral mediterráneo por el peso del turismo en éstas últimas. Si desglosamos los datos de empleo de Andalucía observamos, del mismo modo, que las provincias que han actuado de motores del crecimiento de la región han sido, con gran diferencia, provincias mediterráneas costeras y con gran importancia del sector turismo, tales como Málaga y Almería, con sendos crecimientos del empleo superiores al 4%.

3.2. Posición competitiva de España en el contexto internacional.

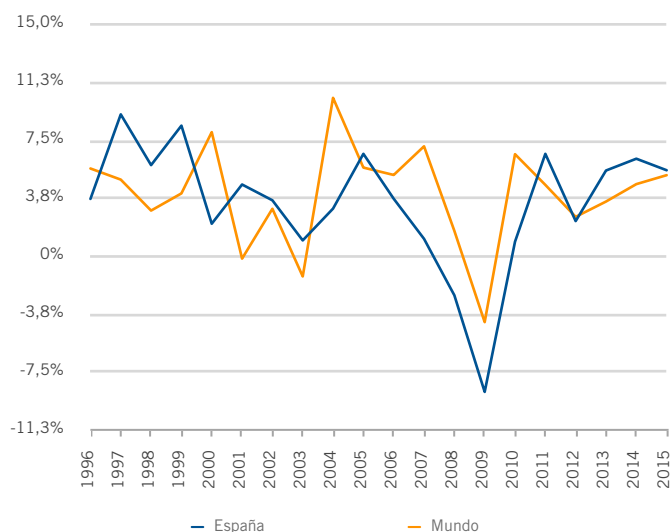
Entre los factores determinantes del comportamiento turístico se encuentra la evolución de la posición competitiva del sector. En este sentido, **España fue el país más competitivo del mundo en el sector turismo en 2015 y lidera por vez primera el ranking internacional Travel & Tourism Competitiveness que elabora el World Economic Forum cada dos años.** España es el tercer país más visitado, con más de 68 millones de turistas en 2015, un registro que no cesa de aumentar gracias al fuerte crecimiento de visitantes de economías emergentes y al elevado grado de fidelidad de sus clientes europeos, fundamentalmente británicos, franceses y alemanes.

A partir de precios competitivos y con lugares y monumentos patrimonio de la humanidad alrededor de todo el país, lidera el ranking de destinos interesantes por sus recursos culturales al mismo tiempo que destaca de manera significativa en el turismo de negocios con un elevado número de conferencias internacionales. Todo ello contribuye a diversificar su oferta tradicional de turismo de sol y playa.

Aparece en cuarta posición mundial en búsquedas internacionales por internet de oferta de ocio y entretenimiento (restaurantes, vida nocturna, atracciones) y también se sitúa muy arriba en la clasificación en grado de prioridad turística en materia de política económica, así como en infraestructuras turísticas.

España necesita mejorar en clima empresarial. Su mala nota refleja problemas de excesiva burocracia en relación a licencias de construcción y un marco legal ineficiente junto a un mercado de trabajo que todavía muestra desajustes y rigideces al no lograr adecuar las variaciones en la remuneración salarial y en la productividad. En estos dos últimos indicadores el sector turístico español ocupa posiciones muy malas, detrás de más de cien países.

Gráfico 9. Tasa de variación anual del número de turistas internacionales



Fuente: Banco Mundial y Organización Mundial de Turismo

El mejor indicador de la competitividad del sector turístico nacional en los últimos años es el aumento de la cuota de mercado de nuestra industria en el mundo, al crecer desde el año 2013 por encima de la media mundial, tal y como muestra el gráfico 9.

No obstante, **es indudable que el sector turístico centrado en la costa se ha beneficiado de los efectos de la Primavera Árabe sobre destinos competidores directos de España, tales como Egipto o Túnez.** En 2015 con datos hasta noviembre, entre Egipto, Túnez y Turquía han perdido 2,1 millones de turistas extranjeros, que se suman a los 5,7 millones perdidos por Túnez y Egipto desde el comienzo de la Primavera Árabe en enero de 2011. En total estos dos países han perdido 7,4 millones de turistas desde 2010.

3.2. Coyuntura turística mundial.

El número de turistas internacionales rozó en 2015 la cifra de 1.200 millones. Por quinto año consecutivo el crecimiento del sector turístico mundial superó el crecimiento de la economía mundial así como de importantes sectores tales como la industria o el comercio. Se estima que la actividad turística generó 7,2 billones de euros en 2015, según el World Travel & Tourism Council, lo que representa un 9,8% del PIB mundial. En 2015 trabajaron en el sector turismo 284 millones de personas en el mundo, lo que equivale a decir que 1 de cada 11 trabajadores del mundo están vinculados con la actividad turística.

La contribución del turismo al comercio internacional tanto en el mundo desarrollado como en el emergente fue destacada en el informe de 2015 sobre “Situación económica mundial y perspectivas” elaborado por la unidad de análisis y de política para el desarrollo de Naciones Unidas (UNDESA).

A diferencia con el ritmo moderado y desigual de expansión de la economía mundial, el turismo internacional ha crecido de manera notable superando las expectativas en los últimos años. En 2014, los ingresos totales precedentes de esta actividad alcanzaron la cifra récord de 1,5 billones de dólares.

El turismo internacional representa el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% de las exportaciones totales mundiales, un porcentaje que es similar para países avanzados y economías emergentes. Considerada como categoría de exportación, se sitúa la cuarta en el ranking mundial, sólo por detrás del petróleo, los productos químicos y la alimentación, por delante incluso de la industria del automóvil. Y, a diferencia del petróleo, los beneficios del turismo benefician a más empresas y permiten la creación de más empleos.

4 | Peso del Turismo en el PIB español: Empleo y Balanza de Pagos.

4.1. La Cuenta Satélite del Turismo.

Se trata de una fuente estadística de carácter estructural, cuyos resultados deben ser puestos en contexto, al reflejar menos las oscilaciones coyunturales del fenómeno turístico y centrarse en el análisis de las interrelaciones que subyacen dentro de la economía turística y en la dimensión general de este fenómeno.

La Cuenta Satélite del Turismo es una estadística de síntesis, muy vinculada a la principal estadística capaz de proporcionar una radiografía del conjunto de la economía: la contabilidad nacional, y mediante este vínculo puede aportar una idea acertada de la importancia del fenómeno (turismo) que intenta medir en el conjunto de la economía nacional.

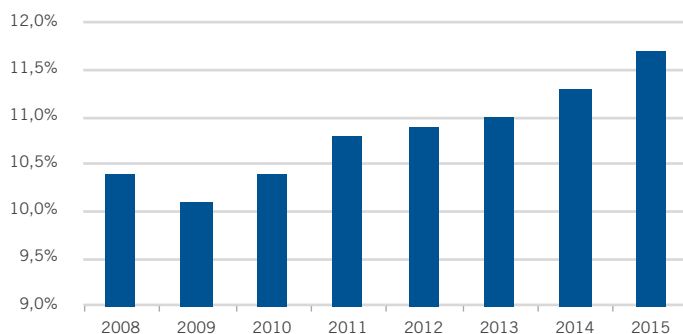
La manera de acercarse a la medición del turismo es desde una perspectiva integradora y global, como se pondrá de manifiesto en el análisis de los resultados de esta fuente. La medición del conglomerado turístico desde el punto de vista económico va mucho más allá del análisis de determinadas actividades y/o componentes aislados, para intentar completar el estudio de todas las ramas de la economía que pueden considerarse como vinculadas al turismo.

La Cuenta Satélite del Turismo, usando una metodología clara y un análisis riguroso, observa el sector turístico desde la vía del gasto y señala la evidente relación que existe con el alojamiento o el transporte de visitantes, hasta aquellos elementos que el consenso de los organismos internacionales que estudian la materia han juzgado que tienen relación con el turismo, como, por ejemplo, el gasto de las administraciones públicas en materia turística, o incluso la inversión que las actividades más ligadas al turismo llevan a cabo en diversos tipos de bienes.

De modo que al medir el turismo con los mismos criterios que el conjunto de la economía, se puede conseguir una medida de dimensión para la economía turística que es equiparable y comparable con los indicadores de tamaño que de forma generalizada se usan para medir la economía nacional. Así, se puede observar un PIB que sería atribuible a la economía turística y ponerlo en relación con el PIB global de la economía, lo que, en último término, permite obtener la relevancia de la economía ligada al turismo sobre el total nacional, tal y como vimos al principio del presente informe.

El gráfico 10 muestra la importancia del turismo en la economía española en los últimos años. **Como elemento principal en este gráfico se observa la recuperación de la importancia relativa del turismo en el conjunto de la economía desde el año 2010, convirtiéndose en verdadero motor de crecimiento y de empleo.**

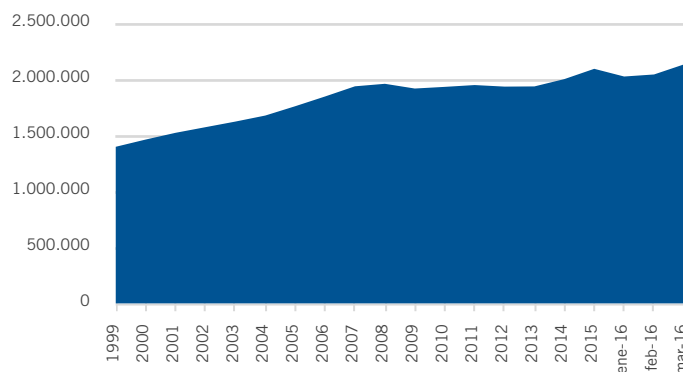
Gráfico 10. Peso del Turismo en el PIB



Fuente: axesor a partir de datos del INE

Para valorar el papel global del sector turístico sobre la actividad económica y el empleo se deben tener en cuenta tanto los efectos directos o inmediatos como los indirectos o multiplicadores. Los primeros se generan en las unidades de producción o en las empresas que suministran los bienes y servicios adquiridos directamente por los turistas. Los segundos incorporan los efectos en cadena que se producen sobre el resto del sistema económico cuando la industria turística demanda inputs y factores de producción para poder desarrollar su actividad. Esta capacidad de una actividad, en este caso del turismo, de provocar el desarrollo del resto de sectores económicos al utilizar insumos intermedios producidos por dichos sectores se denomina “eslabonamiento total hacia atrás” o “efecto difusión”. **Según la tabla input-output simétrica del INE (2005), el índice de eslabonamiento total hacia atrás para el sector turístico es del 1,68, una cifra muy notable.** De esta forma, si el sector turístico se expandiera en un unidad, el aumento final de la producción del conjunto de la economía alcanzaría 1,68 unidades (el efecto indirecto sería de 0,68). Más concretamente, según esta metodología, la aportación directa del sector turístico al PIB fue del 6,5% en 2012 y, gracias al efecto multiplicador, la aportación total alcanzó el 10,9%. Tras ser en 2015 el principal sector que ha contribuido a la creación de empleo y a la creación de renta, y siendo uno de los principales motores de la recuperación de la economía española desde 2013, los 0,5 puntos de crecimiento adicional del PIB español, según Exceltur, gracias a los 5.600 millones de euros resultado de la mayor actividad turística generada en 2015, sitúan el PIB turístico en el 11,7% del PIB nacional a finales de 2015.

Gráfico 11. Evolución del empleo actividades turísticas. Afiliaciones a la seguridad social.

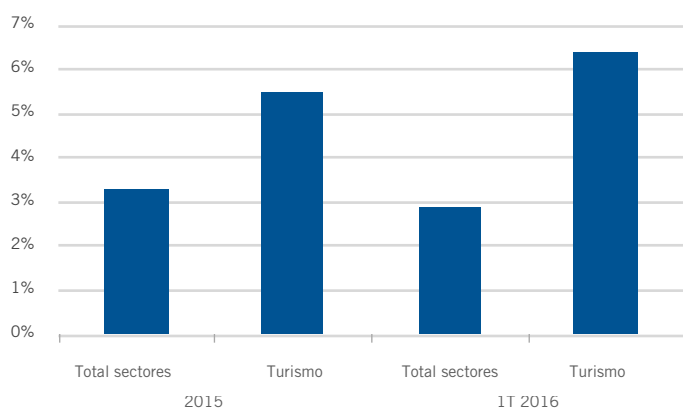


Fuente: Ministerio Industria, Energía y Turismo



Por otro lado, la evolución de la actividad turística tiene un importante impacto en el mercado laboral, ya que se trata de un sector intensivo en mano de obra. **Uno de cada siete nuevos puestos de trabajo en España han sido creados por el sector turístico en 2015, lo que sitúa el total de afiliados a la seguridad social a finales de 2015 ligeramente por encima de los dos millones.**

Gráfico 12. Afiliaciones a la Seguridad Social. Tasa de variación interanual



Fuente: Ministerio Industria, Energía y Turismo

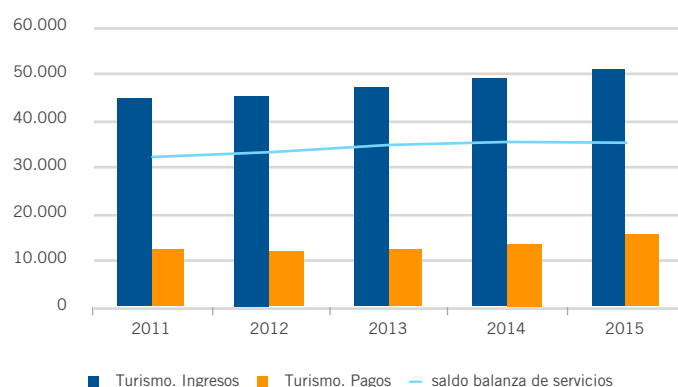
El año 2016 vuelve a apuntar a que será un buen año para la creación de nuevos puestos de trabajo en el sector, a juzgar por el comportamiento observado en el primer trimestre. Vuelve a crecer el empleo en las actividades turísticas el doble de lo que hace en el conjunto de la economía, al igual que sucedió en el año 2015, tal y como muestra el gráfico 12.

4.2. Balanza de Pagos.

En el año 2015, los ingresos por turismo recogidos por la Balanza de Pagos ascendieron a 50.926 millones de euros, con un aumento interanual del 3,9% (1.915 millones más que en 2014), tal y como muestra el gráfico 13. La rúbrica de Pagos por turismo de la Balanza de Pagos, un total de 15.654 millones de euros, registró un significativo aumento interanual del 15,3% (2.083 millones de euros más).

En consecuencia, la rúbrica de turismo y viajes de Balanza de Pagos en el año 2015 registró un superávit de 35.272 millones de euros, que representa una disminución del 0,47% (2.083 millones de euros menos).

Gráfico 13. Ingresos, Pagos y Saldo balanza turística



Fuente: Banco de España

En clave positiva debemos interpretar la tendencia creciente de los ingresos desde el año 2011, logrando mantener un ritmo de crecimiento próximo al 4% en 2015. Ahora bien, la recuperación de la economía española en 2014 y el fuerte crecimiento de 2015 han resultado en un fuerte crecimiento del gasto de los españoles en sus salidas al extranjero, que ya creció de manera importante en 2014 (+9,8%) y se ha disparado en 2015 (+15,3%), contribuyendo negativamente al superávit turístico y, por ende, al superávit por cuenta corriente.

5 | La oferta turística.

En el año 2015 la oferta total de alojamientos turísticos reglados se redujo un 0,56%, mientras que el número de plazas aumentó un 0,60%.

Por tipos de establecimientos, crecieron el número de campings y de alojamientos de turismo rural, un 2,26% y un 0,69% respectivamente, tal y como muestra la tabla 1.



TABLA 1. OFERTA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTOS: ESTABLECIMIENTOS Y PLAZAS. AÑO 2015				
	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
	Datos absolutos		Tasa de var interanual	
Campings	453	271.983	2,26%	0,80%
Apartamentos	-	363.310	-	2,55%
Hoteles y similares	12.307	1.075.992	-2,11%	-0,27%
Alojamientos de turismo rural	14.783	136.435	0,69%	2,14%
Total	27.543	1.847.720	-0,56%	0,60%

Fuente: INE

Si se analizan las plazas, el aumento afecta a todos los tipos de alojamiento excepto a los hoteles, que registran un leve caída del 0,27%. Las plazas de campings, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural aumentaron un 0,8%, 2,55% y un 2,14% interanual, respectivamente, en 2015.

TABLA 2. NÚMERO DE VIAJEROS, PERNOCTACIONES Y ESTANCIA MEDIA SEGÚN CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTO							
Categoría	Número de viajeros			Número de pernoctaciones			Estancia media
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
TOTAL	93.081.001	47.427.184	45.653.817	308.186.514	110.272.041	197.914.473	3
HOTELES: Estrellas oro							
Cinco	5.064.281	1.623.067	3.441.214	18.248.627	3.640.829	14.607.798	4
Cuatro	43.495.231	20.966.357	22.528.874	153.625.418	49.640.304	103.985.114	4
Tres	25.642.525	13.239.879	12.402.646	93.078.470	33.240.015	59.838.455	4
Dos	6.945.964	4.407.982	2.537.982	17.294.037	9.225.602	8.068.435	2
Una	2.937.076	1.869.410	1.067.666	6.275.986	3.547.150	2.728.836	2
HOSTALES: Estrellas plata							
Tres y dos	4.947.740	3.188.028	1.759.712	10.569.157	6.101.788	4.467.369	2
Una	4.048.188	2.132.463	1.915.725	9.094.822	4.876.353	4.218.469	2
Tasa interanual	6,00%	6,14%	5,85%	4,38%	5,29%	3,88%	-1,53%

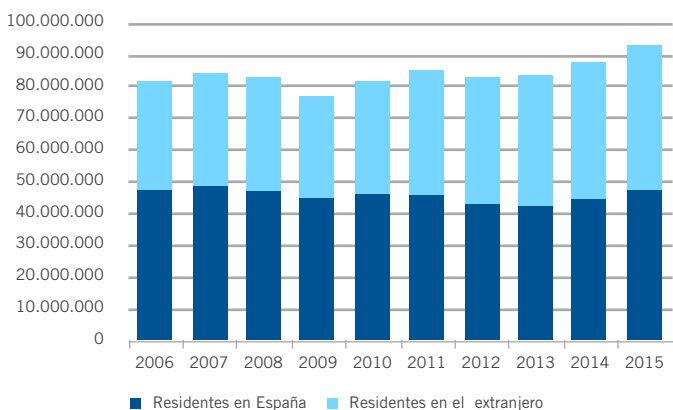
Fuente: INE

Si analizamos los resultados de las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos que elabora el Instituto Nacional de Estadística y cuyos datos sobre alojamiento hotelero más destacados muestra la tabla 2, se observa que durante el año 2015 se generaron entre hoteles y hostales 308,1 millones de pernoctaciones, aumentando un 4,38% respecto al año 2014.

Por número de viajeros, el número de residentes en España es ligeramente superior al de residentes en el extranjero, si bien al analizar el número de pernoctaciones se observa que los residentes en el extranjero hacen un uso mucho más intensivo del hotel.

La ocupación hotelera se incrementó en 2015 hasta llegar a los 93 millones de viajeros, lo que supone un 6% más que el año anterior. Los datos positivos no solo vienen de parte del número de viajeros sino también de las noches que se alojan en un establecimiento, las pernoctaciones de los viajeros se incrementaron un 4,3% superando los 300 millones. Los principales impulsores fueron los residentes extranjeros, con 197 millones de pernoctaciones lo que supuso un incremento del 3,8% en la comparativa interanual, mientras que las pernoctaciones de los residentes en España fueron de 110 millones, un incremento del 5,2% en la comparativa interanual (gráfico 14).

Gráfico 14. Tendencia de la ocupación hotelera

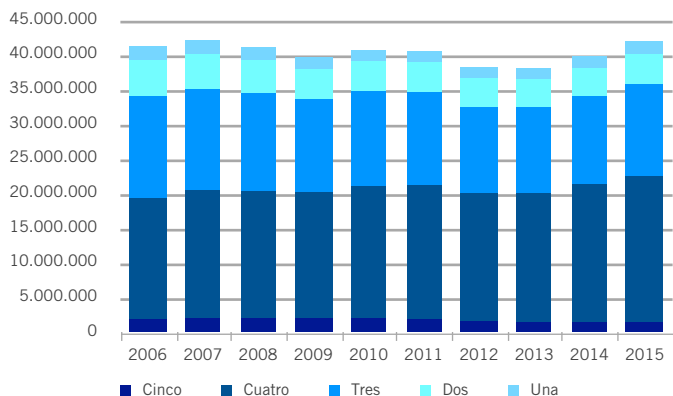


Fuente: FronTur

La ocupación hotelera por parte de los residentes en España se incrementó en 2015 un 6,1% superando los 47 millones de viajeros. El 89% de los viajeros prefieren un alojamiento de mayor calidad, hospedándose en un hotel (42.106.695 residentes) mientras que el 11% optó por los hostales (5.320.491 residentes).

En el gráfico 15 se muestra la tendencia de la ocupación hotelera por los residentes en España. Los hoteles de cuatro estrellas se encuentran a la cabeza, siendo el 50% de la ocupación total y le siguen los de tres estrellas con una representatividad del 31%.

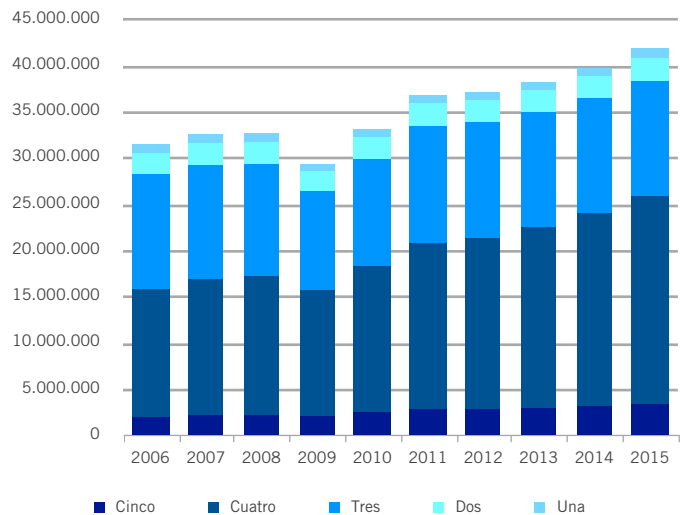
Gráfico 15. Tendencia de la ocupación hotelera en estrellas por los Residentes en España



Fuente: FronTur

El gráfico 16 muestra la ocupación hotelera por parte de los residentes en el extranjero que, como se puede ver, desde 2010 ha seguido una tendencia alcista. **De los 42 millones de visitantes que decidieron alojarse en un hotel en 2015, algo más de 22 millones lo hicieron en establecimientos de cuatro estrellas, el 54% de la ocupación total.** En segundo lugar los que eligieron para pernoctar los hoteles de tres estrellas con algo más de 12 millones, un 30% del total. Es decir, un comportamiento prácticamente igual que los turistas nacionales.

Gráfico 16. Tendencia de la ocupación hotelera en estrellas por los Residentes en el Extranjero



Fuente: FronTur

Si estos datos los traducimos a beneficios, los hoteles facturaron en 2015 una media de 78 euros por habitación ocupada, lo que implica un incremento del 5,9% en la comparativa interanual.

Las perspectivas para el 2016 auguran también buenos números. En el mes de enero se registraron 14,4 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, un 8,2% más que en el mismo mes del año pasado. **Las pernoctaciones de los viajeros residentes en España aumentan un 8,9% y la de los no residentes, un 7,8%.**

6 | La demanda turística.

6.1. Gasto turístico.

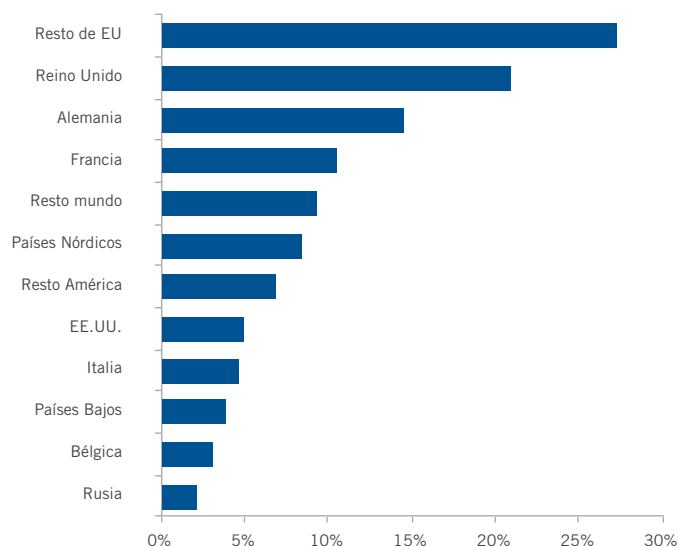
El gasto total realizado por los turistas no residentes que visitaron España en 2015 fue de 67.258 millones de euros, un incremento del 6,7% respecto al año anterior. Este avance se vio impulsado por el aumento del número de turistas (5,1%) y por el consumo medio que estos hacen. El gasto medio por turista fue de 985 euros lo que supuso un aumento del 1,5% respecto al año anterior. Reino Unido fue el principal promotor seguido de Alemania. Cataluña y las Canarias son las comunidades que más ingresos captaron, seguidas muy de cerca de Andalucía y las Islas Baleares.

Los primeros datos de 2016 son positivos, en enero el gasto realizado por los turistas que visitaron España fue de 3.712 millones de euros, lo que supone un incremento del 3,6 % en la comparativa interanual.

6.2. Mercados emisores.

Reino Unido generó el 21% del gasto que los turistas se dejaron en España (gráfico 17), con 14.080 millones de euros, lo que supone un incremento del 10,4% respecto al año anterior. En segundo lugar se encuentra Alemania con un 15% del gasto, lo que supone 9.761 millones de euros, aun así esta partida se ha visto disminuida respecto al año anterior en un 2,6 %. A continuación, se sitúa Francia, que generó un 11% del gasto (7.077 millones de euros), con un incremento del 8,2% respecto a 2014.

Gráfico 17. Distribución porcentual del gasto atendiendo al país de residencia en 2015

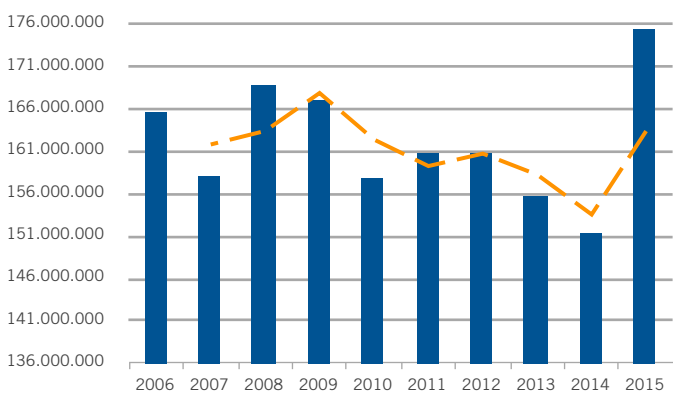


Fuente: INE

6.3. Movimientos turísticos.

Los residentes en España realizaron 175 millones de viajes en el año 2015, lo que supone un incremento del 5,9% respecto al año anterior, tal y como muestra el gráfico 18. La duración media de cada viaje (número medio de noches que pasa fuera de su residencia habitual) fue de 4,2 noches.

Gráfico 18. Movimientos turísticos de los residentes

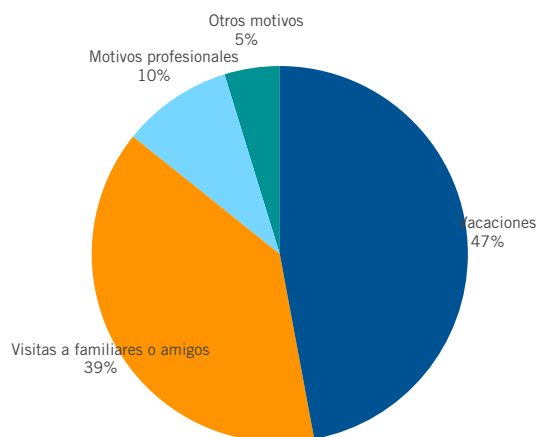


Fuente: INE y Familitur

Los motivos que mueven a los ciudadanos españoles a desplazarse son; en primer lugar por vacaciones, ocio o recreo el 47%; en segundo término, visitas a familiares o amigos el 39%, y, por último, los viajes de negocios o laborales con un 9% y el 5% por otros motivos (gráfico 19).

Si se analiza el lugar elegido para pernoctar, la mayoría de los residentes eligen la vivienda de familiares y amigos, con un 45,5% del total; después estarían los hoteles, con un 22,9 % y, por último, las viviendas en propiedad o segundas viviendas de las que disponen los residentes, con un 17,4%. El gasto medio por persona en un viaje es de 208 euros. Este gasto varía en función del alojamiento elegido, si la pernoctación la realiza en un hotel el gasto medio se incrementa a 420 euros, mientras que si pernocta en casa de algún familiar o amigo el gasto medio es de 119 euros por persona y se reduce a 88 euros si la vivienda es en propiedad.

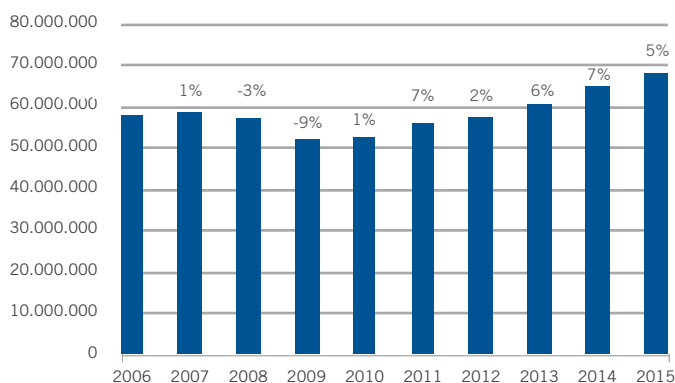
Gráfico 19. Movimientos de residentes según motivo principal del viaje



Fuente: INE

Con lo que respecta a los movimientos turísticos de los no residentes (gráfico 20), España en 2015 recibió la visita de 68,1 millones de turistas internacionales lo que supone la cifra más alta de la historia. Esta evolución positiva supuso un incremento del 5% respecto al año anterior, lo que se traduce en algo más de 3 millones de no residentes adicionales.

Gráfico 20. Tendencia del número de turistas internacionales

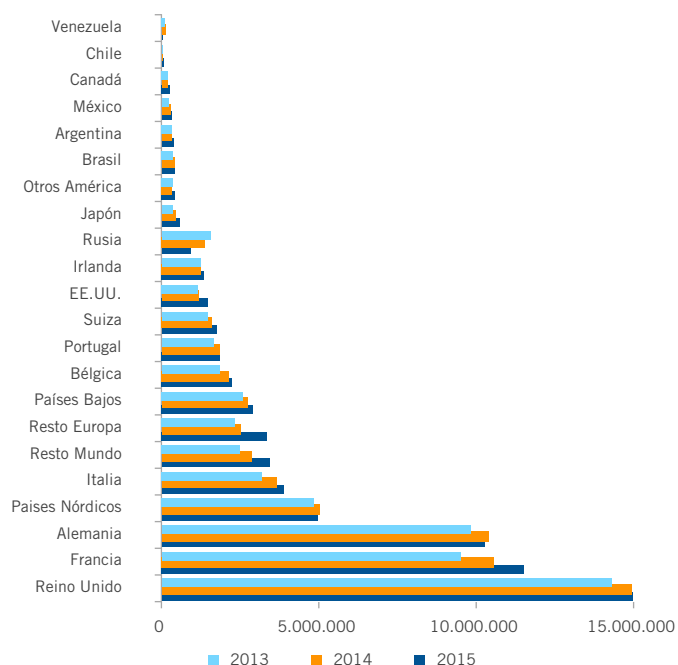


Fuente: INE y Frontur

Si distinguimos entre los destinos de los turistas internacionales que visitaron España en 2015 (Gráfico 21) destaca sobre manera Reino Unido con algo más de 15 millones de visitantes y con un incremento del 4,8% respecto al año anterior, se trata del principal emisor de turistas. El segundo puesto lo ocupa Francia con 11 millones y con un incremento de 9,0% respecto al año anterior y el tercer lugar lo ocupa Alemania con 10 millones, siendo unos de los pocos países que han disminuido su emisión en este caso un 1,2%.



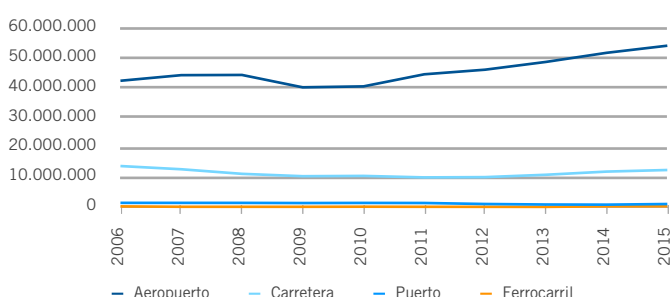
Gráfico 21. Movimientos Turísticos de extranjeros atendiendo al país de residencia



Fuente: INE y Frontur

El gráfico 22 muestra las vías de acceso elegidas por los turistas extranjeros para acceder a España. En un plano general se puede afirmar que en 2015 se incrementaron todas respecto al año anterior. Sin embargo, la más utilizada sigue siendo la de vías aeroportuarias, que en 2015 fue elegida por 54 millones de no residentes, lo que supone un 79% del total.

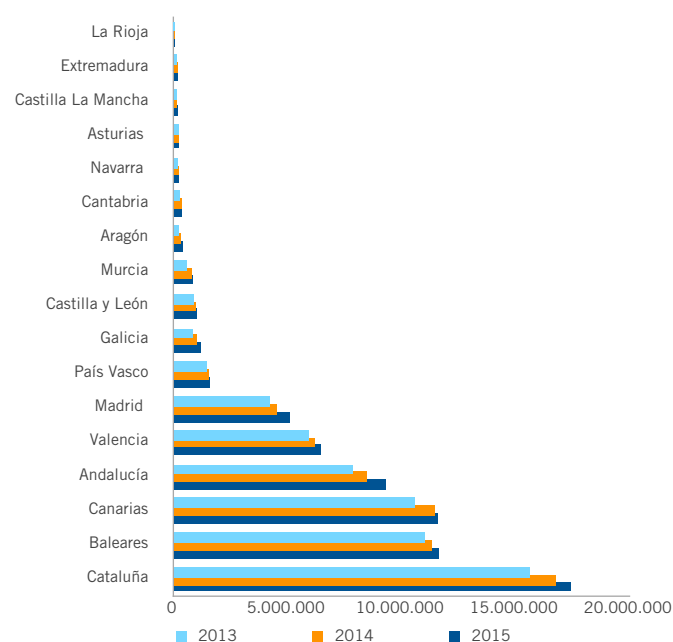
Gráfico 22. Vías de acceso de los turistas extranjeros. Número de turistas



Fuente: INE

Cataluña sigue siendo el destino favorito por los no residentes, acogiendo el pasado 2015 algo más de 17 millones turistas, lo que supone un 3,9% más que el año anterior. La segunda comunidad que más turistas recibió fue Baleares, con 11,65 millones, un 2,7% más que el ejercicio anterior; Canarias registró 11,58 millones de visitantes, que también supuso un incremento del 2,7% en la comparativa interanual. Andalucía captó 9 millones de turistas, registrando un alza del 9,7%, una de las más elevadas. El quinto y sexto puesto lo ocupan Valencia y Madrid con 6,5 y 5,1 millones de turistas respectivamente. Entre estas seis comunidades se centra el 90% de los destinos elegidos por los turistas extranjeros (gráfico 23).

Gráfico 23. Principales destinos de los turistas no residentes por CC.AA



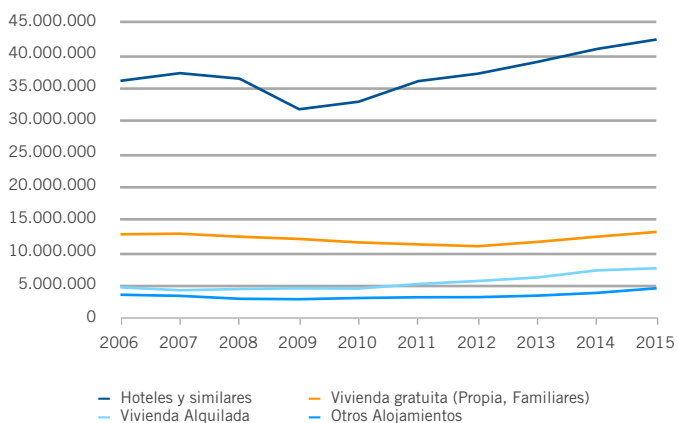
Fuente: INE y Frontur

Por lo que se refiere al alojamiento utilizado por los turistas extranjeros, de los 68 millones de no residentes que se registraron en 2015, 42 millones decidieron alojarse en un



hotel lo que supone un incremento del 3,5% respecto al año anterior. En segundo lugar se encuentran los turistas que se alojan en viviendas de familiares o en alguna de su propiedad, lo que supuso algo más de 13 millones (+5,8% en la comparativa interanual), y, por último y cobrando protagonismo se encuentran las viviendas alquiladas que vienen creciendo bastante en los últimos tres años: en 2015 casi 8 millones de no residentes decidieron utilizar esta vía de alojamiento creciendo respecto al año anterior un 4,2% (gráfico 24).

Gráfico 24. Alojamiento utilizado por los turistas extranjeros



Fuente: INE

En los dos primeros meses de 2016 se consolida el repunte de la demanda nacional y el fuerte tirón de la demanda internacional. Si bien en el tramo final de 2015 la demanda española había experimentado una notable desaceleración, debido en gran parte al retraso en el lanzamiento del programa de viajes del IMSERSO y la menor propensión a viajar tras los atentados de París, indicadores tales como tráfico aéreo de pasajeros, entrada de turistas o pernoctaciones en hoteles recogen un excelente inicio de año en el sector del turismo al mostrar todos ellos crecimientos de dos dígitos en los primeros compases del año. En efecto, al crecimiento del número de turistas que visitan España en un 12,5% hasta los 7,2 millones

hay que añadir el impulso adquirido por el gasto turístico de los extranjeros del 5,8%, hasta los 7.415 millones de euros, así como el fuerte aumento del tráfico aéreo y del número de pernoctaciones, del 14,3% y del 10,5% interanual, respectivamente.

Los principales países emisores en los dos primeros meses de 2016 fueron Reino Unido (con 1,5 millones de turistas y un incremento del 16,7% respecto a los dos primeros meses de 2015), Francia (con 1,0 millones turistas y un aumento del 8,5%) y Alemania (con 941.300 turistas y un crecimiento del 3,5%).

Por último, aunque los hoteles siguen siendo la principal forma de alojamiento elegida por los turistas, tanto nacionales como internacionales, están surgiendo nuevas formas como pueden ser los alojamientos colaborativos. La vía utilizada para el contacto entre inquilinos y propietarios es la red, dificultando así el control sobre los ingresos generados.

Estas formas de viajar menos costosas aportan un beneficio adicional a los arrendatarios y la posibilidad de no declarar esos ingresos adicionales. Como no podía ser menos, asociaciones hoteleras y de albergues que se han quejado ya de que la mayoría de los propietarios no cumple con la normativa exigida para establecimientos de alojamiento. Esta forma de turismo se encuentra fuera del control de la Administración al no pagar ningún tipo de impuesto. Estos tipos de alojamientos se pueden calificar como una competencia desleal o como intrusismo al turismo tradicional.

7 | Balance Empresarial.

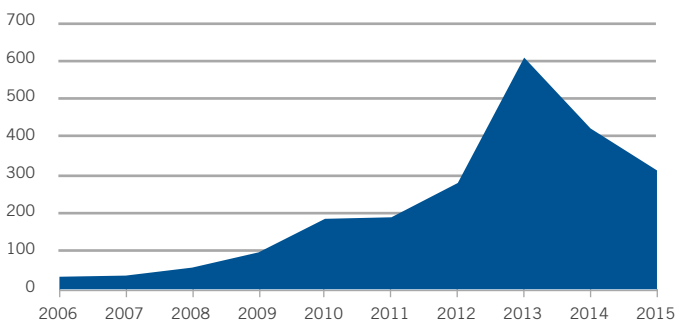
7.1. Constituciones, disoluciones y concursos de acreedores.

Los concursos de acreedores llevan más de dos años de caídas en la comparativa interanual. Se trata de una racha inédita desde que la ley concursal de 2004 agrupó quiebras e impagos.

En el sector turístico, como en los demás sectores de la economía, la crisis ha pasado factura y en los últimos ocho años se han liquidado 2.149 empresas del sector. Pero en los dos últimos años, la situación ha cambiado un poco debido sobre todo a la mejora progresiva y constante de la actividad económica y las reformas acontecidas en la ley concursal.

Como muestra el gráfico 25 los concursos en el sector turístico llegaron a su punto álgido en 2013 con 608 procesos registrados. A partir de ese año, los casos han ido retrocediendo, hasta el punto de que 2015 cerró con 312 concursos, lo que supone un descenso en la comparativa interanual del 26,1%.

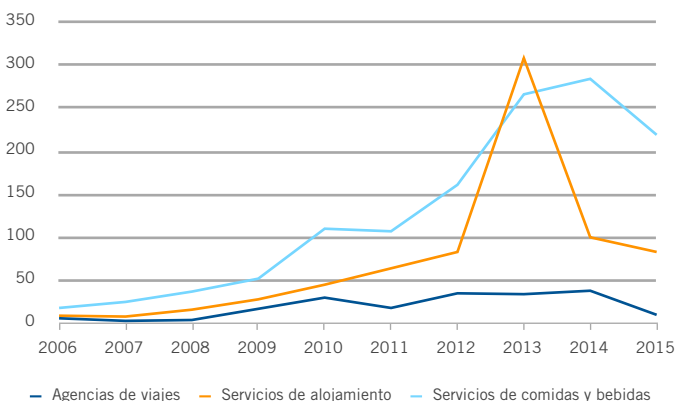
Gráfico 25. Concursos de acreedores en el sector turístico



Fuente: axesor

Para un análisis más detallado, en este punto se ha desglosado el sector turístico en tres subsectores; los servicios de alojamiento, agencias de viajes y servicios de comidas. Como se puede ver en el gráfico 26 la tendencia concursal del sector viene marcada por los servicios de comidas y bebidas con 219 concursos en 2015 lo que supone un descenso en la comparativa interanual de 22,9%. En el segundo lugar se encuentran los servicios de alojamiento con 83 concursos y un descenso del 17,0%. Por último, las agencias de viajes solo se anotaron 10 concursos, un retroceso del 73,7% frente a 2014.

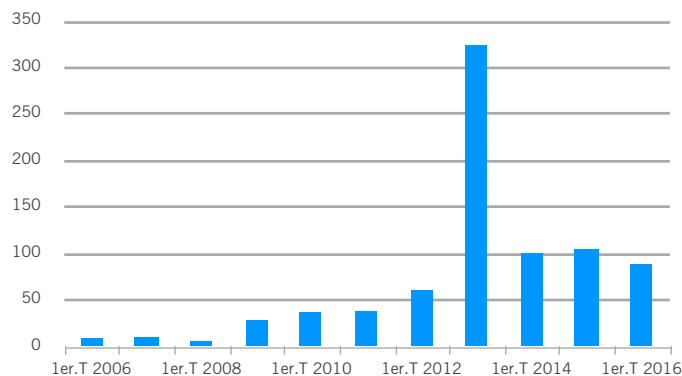
Gráfico 26. Concursos de acreedores. Sector turístico desglosado



Fuente: axesor

El año 2016 ha comenzado con buenos números. El primer trimestre se saldó con 89 concursos en el sector lo que supone un descenso del 15% en la comparativa interanual. Estos datos representan el mejor arranque de año desde 2012, gracias a la madurez que han experimentado las empresas hoteleras y las dedicadas a la venta de bebidas y comidas con 27 (-12,9%) y 61 (-11,6%) concursos respectivamente en el primer trimestre del año (gráfico 27).

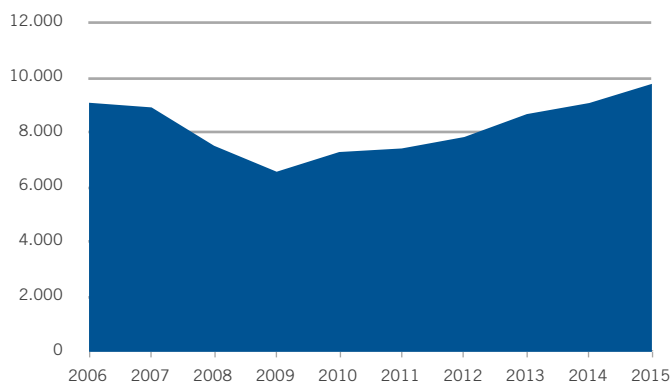
Gráfico 27. Evolución de los concursos en el sector turístico



Fuente: axesor

El número de empresas constituidas en el sector turístico en los últimos años ha venido marcado con el ciclo seguido por la economía. **En 2007 comenzó a descender el número de constituciones, llegando a un punto de inflexión en 2009 con algo más de 6.000 nuevas empresas, a partir de ese momento el número de constituciones siguió una tendencia alcista cerrando el 2015 con algo más de 9.800 altas en el sector (gráfico 28).**

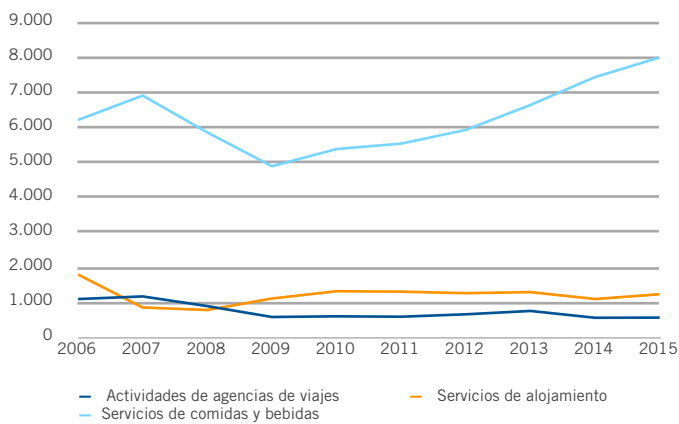
Gráfico 28. Constituciones en el sector turístico



Fuente: axesor

Como en el caso de los concursos, el peso del sector viene marcado por las empresas de servicios de comidas y bebidas. Estas compañías constituyen alrededor del 75% del total de las empresas que se dan de alta en el sector. Sin ir más lejos en el 2015 se crearon 8.000 nuevas sociedades (+7,5%). En los servicios de alojamiento se dieron de alta 1.233 nuevas empresas (+12,4%), mientras que en tercer lugar se encuentra las agencias de viajes, con 565 altas de empresas, un incremento del 0,7% interanual (gráfico 29).

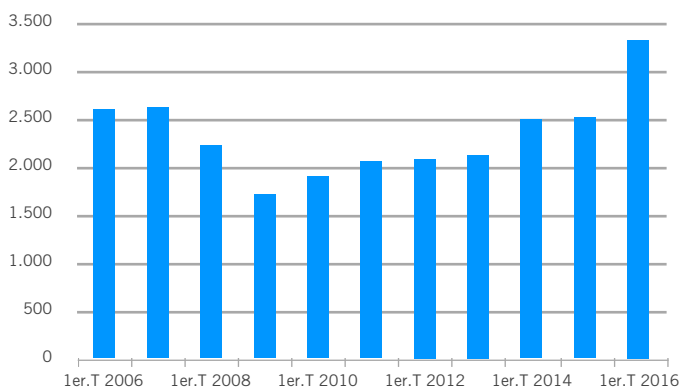
Gráfico 29. Constituciones. Sector turístico desglosado



Fuente: axesor

El inicio del año 2016 en las constituciones es prometedor. En el primer trimestre se han dado de alta 3.325 empresas, lo que supone un incremento interanual del 32,3%, siendo el mejor inicio de año de los últimos diez ejercicios. El incremento viene apoyado en las empresas que se dedican a los servicios de comida y bebida (2.711 altas en el primer trimestre del año, un crecimiento interanual del 33,6%), como muestra el gráfico 30.

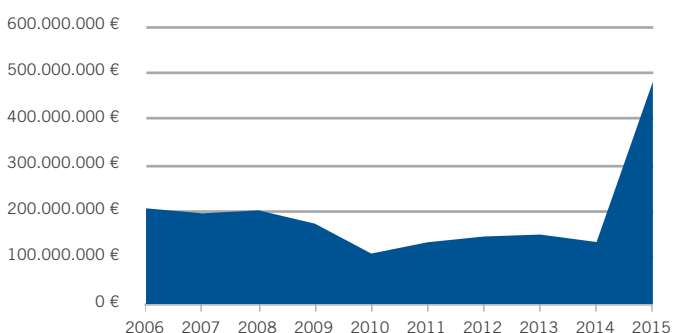
Gráfico 30. Evolución de las constituciones en el sector turístico.



Fuente: axesor

Por otro lado, aunque a partir del 2009 se mejoró la situación en cuanto a las constituciones, no sucedió lo mismo con el capital suscrito con el que se constituían. **Se vienen creando más empresas pero con menos capital. La tendencia cambió en 2015 cuando el capital atraído por las nuevas empresas fue de 480 millones de euros, tal y como recoge el gráfico 31.**

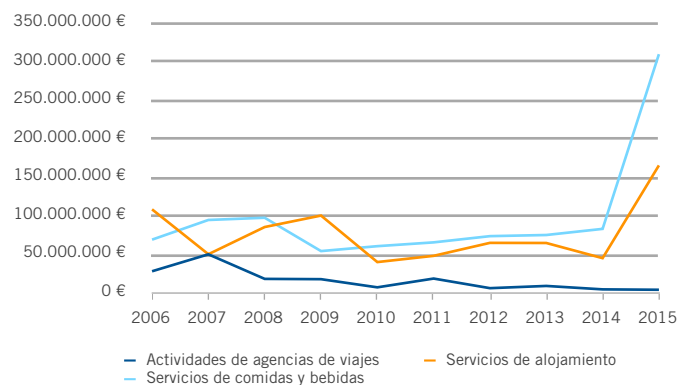
Gráfico 31. Capital suscrito por el sector turístico



Fuente: axesor

De las tres actividades que se han diferenciado para el análisis del sector turismo, las actividades de servicios de comidas son las que concentraban mayor iniciativa emprendedora y las que han atraído mayor capital, captando 310 millones de euros en 2015. El segundo sector que mayor capital ha captado ha sido el de servicios de alojamiento con 166 millones de euros en 2015. Aunque se han creado menos empresas dedicadas al alojamiento se crean con un capital medio de 134 mil euros, mientras que las empresas de servicios de comidas y bebidas se crean con una media de 38.000 euros (gráfico 32).

Gráfico 32. Capital suscrito. Sector turístico desglosado



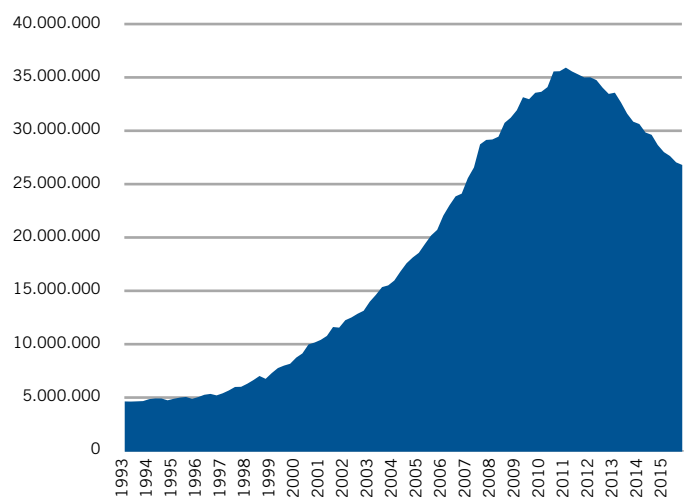
Fuente: axesor

7.2. Fuentes de financiación.

7.2.1. Recursos Ajenos. Financiación Bancaria, emisiones en el MARF.

El acceso a la financiación ha sido uno de los principales problemas para las empresas y más cuando el crédito bancario no deja de disminuir, algo que las recientes intervenciones del Banco Central Europeo han contribuido a aliviar. La evolución del crédito concedido al sector de la hostelería se muestra en el gráfico 33. **En diciembre de 2015 se concedieron a las empresas de sector por parte de las entidades financieras 27.023 millones de euros lo que supone un descenso del 4% en la comparativa interanual.** Ante tal situación, las empresas recurren a otras vías puesto que con el crédito bancario ya no es suficiente para cubrir todas las necesidades.

Gráfico 33. Crédito concedido al sector hostelería. Miles de euros



Fuente: Banco de España



Son varias empresas las que han elegido el Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF) como vía para canalizar recursos financieros mediante la emisión de títulos de Renta Fija. En la actualidad solo hay una que pertenezca al sector turístico, Barceló. Este grupo dedicado a la gestión hotelera, emitió pagares por valor de 75 millones de euros. En la actualidad, teniendo en cuenta el número de habitaciones, se trata del cuarto mejor grupo hotelero a nivel nacional según Hosteltur, encabezando el ranking Meliá Hoteles Internacional, NH Hotel Group y Riu Hotels & Resort.

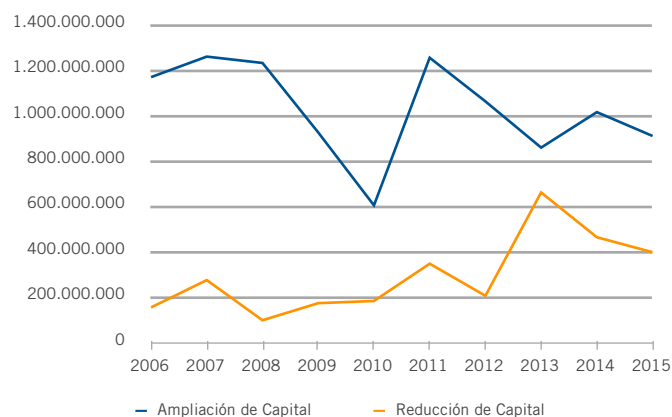
7.2.2. Recursos propios.

Una posibilidad que tienen las empresas para financiarse consiste en aumentar los fondos propios de la sociedad o dicho de otro modo, incrementar el capital social. Lo pueden hacer mediante la emisión de acciones nuevas o mediante el

incremento de valor de las mismas. En 2015 estas empresas captaron unos 907 millones de euros, un descenso del 10% respecto al año anterior.

Por otro lado, existe la operación contraria, las reducciones de capital, que se asocian a una reducción de fondos propios de la sociedad, bien porque el capital social de la empresa exceda las necesidades de la misma o bien porque la empresa atraviese una situación de debilidad económica. Como muestra el gráfico

Gráfico 34. Ampliaciones y reducciones de capital en el sector turístico. Euros



Fuente: axesor

34, las reducciones de capital aumentaron considerablemente con la crisis económica, particularmente en 2013, cuando las empresas del sector se encontraban en una situación muy desfavorable.

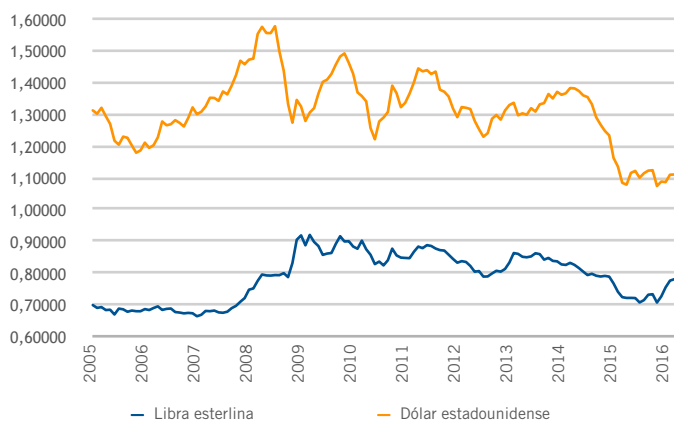
8 | Perspectivas macroeconómicas para 2016.

Las perspectivas para 2016 continúan siendo muy favorables, a pesar de la peor coyuntura económica que afrontarán algunas economías emergentes y de la volatilidad en los mercados. Los bajos precios del petróleo continuarán impulsando la demanda turística en el mundo al abaratar el coste de transporte para familias y empresas.

No obstante, la preocupación por la inseguridad debido a la amenaza terrorista yihadista global está en máximos tras los recientes atentados en París y Bruselas. Y lo peor es que todo apunta a que se debe asumir la posibilidad elevada de que haya nuevos atentados en los próximos años.

Entre los factores que están condicionando el flujo de viajeros alrededor del mundo se encuentra la fortaleza del dólar en relación a otras monedas, al cambiar la competitividad-precio de los destinos, siendo la zona euro (que incluye los principales destinos turísticos del mundo) la principal beneficiada a partir de la mitad de 2014 y durante todo 2015, tal y como muestra el gráfico 35. La depreciación del euro respecto a la libra esterlina también ha favorecido la llegada de turistas británicos.

Gráfico 35. Evolución tipo de cambio del euro



Fuente: BCE

Sin embargo, en 2016 las cosas pueden ser algo distintas y los destinos turísticos y las economías europeas, entre ellos España, podrían no sólo contar con este viento de cola sino que se convirtiese en viento de cara a lo largo del año. El retraso de nuevas subidas de tipos por parte de la Reserva Federal y la posibilidad del Brexit en el Reino Unido han servido para frenar en seco la depreciación del euro o, incluso, para favorecer una ligera apreciación en el cambio con las dos monedas anglosajonas.

A nivel global el cuarto trimestre de 2015 fue de ralentización del crecimiento. Asia y Europa Central emergente mejoraron su tasa de crecimiento, mientras la Eurozona mantuvo su débil crecimiento del 1,5% y se experimentaron fuertes caídas de la producción industrial en EE.UU. y Latinoamérica.

El comercio mundial cerró el año 2015 con crecimiento; el cuarto trimestre compensó la caída del trimestre anterior. En el segundo semestre el comercio mundial se recuperó de las caídas del periodo anterior. No obstante, los datos de Japón y China de enero y febrero anticipan un nuevo deterioro del comercio mundial en 2016. En China, las exportaciones cayeron un 14% en los dos primeros meses del año, con respecto a los mismos meses del año anterior.

El consumo privado en EE.UU., principal motor del crecimiento mundial, ralentizó algo su crecimiento en el cuarto trimestre de 2015. La economía sigue creando unos 200.000 empleos pero en enero y febrero las horas trabajadas estuvieron casi estancadas. Por lo tanto, la renta de las familias ha moderado su crecimiento y el consumo empieza a resentirse. Se nota más en las ventas de coches, que al ser un bien duradero refleja un deterioro de las expectativas. El consumo en China y la India sigue creciendo próximo al 10% pero no consigue compensar la debilidad de consumo en los países desarrollados.

Esta debilidad de demanda ha desembocado en un exceso de inversión y de capacidad instalada, especialmente en países emergentes, que ha llevado a las empresas a frenar la inversión mundial. Este frenazo de la inversión es lo que explica la debilidad del comercio mundial, la deflación de precios industriales que cerraron 2015 cayendo un 6% anual y el desplome de los precios de las materias primas.

En EE.UU. la inversión en equipo creció 3% en 2015. En la Eurozona acabó el segundo semestre casi estancada. En Japón cayó. Y el gobierno chino ha anunciado una reconversión industrial que tendrá un impacto negativo sobre la inversión. Sólo en el sector del acero se estima que cerrarán muchas fábricas y destruirán 1,8 millones de empleos. África y Latinoamérica, dependientes de las materias primas, sufren con mayor intensidad el escenario.

Las dudas sobre el crecimiento mundial son elevadas. En enero y febrero los mercados financieros vivieron momentos de elevada volatilidad ante el temor de los inversores a que se repitiera otra Gran Recesión como en 2008. En marzo la volatilidad remitió, pero las dudas sobre el crecimiento continúan entre los inversores.

La pregunta es ¿de dónde vendrá el mayor crecimiento mundial y cómo afectará al sector turístico? En EE.UU. la Reserva Federal ha comenzado a retirar estímulo, aunque gradualmente, y el consumo público federal cayó en 2015. En año electoral no es previsible cambios en la política fiscal. Y la caída del precio del petróleo ha frenado en seco la inversión en el sector minero que llegó a suponer el 20% del total mundial. En China, el gobierno ha anunciado planes de inversión pública para compensar la inversión privada. Los países productores de materias primas han incurrido en fuertes déficits e incluso Arabia Saudí, que cuenta con reservas suficientes en su fondo soberano, ha anunciado ajuste fiscal en 2016. El gasto de los turistas saudíes en España en 2015 cayó un 12,2%.

El mayor problema de estancamiento secular está en Japón y en la Eurozona. En Japón el banco central ha llegado al límite de la heterodoxia y lo más probable es que el Gobierno nipón anuncie un nuevo plan de estímulo fiscal. En la Eurozona, el BCE sigue aumentando el estímulo monetario pero el propio Draghi pide que actúe la política fiscal.

A pesar de todo lo incierto que parece 2016, las previsiones de crecimiento de la economía mundial, según el Fondo Monetario Internacional (FMI), se sitúan tres décimas por encima del crecimiento de 2015, en torno al 3,4%. Según la Organización Mundial de Turismo el crecimiento previsto del número de turistas rondará el 4% en 2016.

Dada la importancia que adquieren los mercados del Reino Unido, Alemania y Francia para el desempeño del sector turístico en España (el 55% de los turistas internacionales llegados a España provienen de alguno de estos tres países y su gasto representó el 46% del total en 2015), analizamos brevemente el cuadro macroeconómico de estas economías, así como sus previsiones de crecimiento para 2016.

Reino Unido

La economía británica afronta el 2016 con unas perspectivas de crecimiento ligeramente inferiores a las de 2015, pero el crecimiento moderado del 2,1% de su PIB debería permitirle bajar el desempleo hasta el 5% de la población activa.

TABLA 3. CUADRO MACROECONÓMICO REINO UNIDO				
	2014	2015	2016	2017
PIB	3	2	2	2
Inflación	2	0	1	2
Desempleo	6	5	5,0	5
Déficit Público (% sobre el PIB)	-6	-4	-3	-2
Deuda Pública (% sobre el PIB)	88	89	89	88
Saldo por cuenta corriente (% sobre el PIB)	-5	-5,0	-5	-4

Fuente: Comisión Europea

La baja tasa de desempleo y la fuerza de su demanda interna, con una contribución esperada al crecimiento del PIB de 2,6 puntos porcentuales, permiten prever una mayor salida de turistas y un mayor gasto por turista en 2016.

La importancia del turismo británico para España reside en elevado peso que supone tanto en número de turistas que nos visita como en gasto total de estos turistas. Quizá el mejor dato de la buena relación que atraviesa la relación entre España y el Reino Unido sea el alto grado de fidelidad que mantienen estos turistas en visitarnos año tras año, así como el hecho de que 24 de cada 100 turistas británicos eligieron como destino turístico España.

Francia

El crecimiento previsto por la Comisión Europea para la economía francesa en 2016 sigue siendo débil, si bien algo superior al de 2015. Dicha mejora, prácticamente no se percibirá en el mercado de trabajo.

TABLA 4. CUADRO MACROECONÓMICO FRANCIA				
	2014	2015	2016	2017
PIB	0	1	1	2
Inflación	1	0	1	1
Desempleo	10	11	10,5	10
Déficit Público (% sobre el PIB)	-4	-4	-3	-3
Deuda Pública (% sobre el PIB)	96	96	97	97
Saldo por cuenta corriente (% sobre el PIB)	-2	-1,4	-2	-2,0

Fuente: Comisión Europea

Los franceses ocupan el segundo puesto en la emisión de turistas a España, en 2015 se registraron 11,5 millones de visitantes, si bien el gasto de estos turistas es algo menor a su peso en el conjunto de llegadas. Aun así, el gasto de los turistas franceses aumentó en 2015 un 8,25%.

España se mantiene como destino internacional preferido de los franceses con una cuota de mercado del 16,5% sobre el total de viajes internacionales.

Los atentados terroristas islamistas del 13 de noviembre en París han influido en el comportamiento del mercado emisor francés. A nivel internacional, los turoperadores han observado una mejora de las reservas de estancias de corta duración en destinos “refugio” como España, Grecia y Gran Bretaña. Los atentados terroristas también han tenido un gran impacto en la actividad turística de la capital francesa, cayendo las reservas en los hoteles parisinos entre el 30% y el 40% en el periodo de fin de año.

Con anterioridad a los atentados, el sector turístico se veía favorablemente influido por la reactivación de la economía francesa, gracias al leve impulso observado en el consumo. En lo que se refiere a España, no existen datos objetivos que avalen una disminución del turismo emisor francés a nuestro país.

Alemania

El crecimiento del PIB alemán será en 2016 del 1,8%, un punto superior al logrado en 2015. Se trata de un crecimiento moderado, si bien sobre una tendencia de crecimiento continuado en los últimos años, que ha permitido que se pueda hablar prácticamente de desempleo friccional en Alemania.

TABLA 5. CUADRO MACROECONÓMICO ALEMANIA				
	2014	2015	2016	2017
PIB	2	2	2	2
Inflación	1	0	1	2
Desempleo	5,0	5	4,9	5
Déficit Público (% sobre el PIB)	0	1	0	0,0
Deuda Pública (% sobre el PIB)	75	72	69	67
Saldo por cuenta corriente (% sobre el PIB)	8	8,8	9	8

Fuente: Comisión Europea

A pesar del buen comportamiento de la economía alemana, la llegada de turistas alemanes a España disminuyó en 2015 un 1,25% hasta los 10,3 millones. El gasto de nuestro tercer país cliente por número de turistas (segundo por volumen de gasto) cayó un 2,61%. Tras encadenar cuatro años de crecimiento (2011–2014), desde marzo de 2015 este mercado parece mostrar síntomas de agotamiento. No obstante, la coyuntura económica se mantiene positiva, los alemanes mantienen los viajes vacacionales como principales prioridades del consumo y las previsiones de capacidad aérea para los meses venideros recogen un considerable crecimiento. En 2015, el turismo procedente de Alemania representó el 15,1% de los turistas recibidos y el 14,6% del gasto total.

En líneas generales las perspectivas para el turismo en España son muy favorables para 2016, tanto en el segmento nacional, dada la fuerte inercia que lleva el crecimiento del PIB español que podría alcanzar a finales de año el 2,6% interanual, como internacional, con incrementos de dos dígitos en la llegada de turistas en los dos primeros meses del año.

Y las perspectivas a largo plazo para la actividad turística en general invitan al optimismo. Según las previsiones a largo plazo de la Organización Mundial de Turismo, las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones. Ahora bien, los grandes crecimientos de turismo emisor se van a producir en economías emergentes, de ahí la necesidad de que la economía española sepa posicionarse y hacer atractivo nuestro país para las nuevas clases medias de las economías emergentes. Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes duplique el de llegadas a economías avanzadas (4,4% frente a 2,2%). La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 45% en 2014 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivaldría a más de 1.000 millones de llegadas de turistas internacionales.

Sobre **axesor**

axesor es una empresa de servicios, **especialista en el suministro de calificaciones y de conocimiento empresarial, financiero y de marketing**. Nuestra apuesta por el rigor y la sofisticación nos ha llevado a convertirnos en la **primera empresa española** que consigue ser registrada como **Agencia de Rating Europea**.

Nuestros objetivos son:

- Facilitar el acceso a nuevas fuentes de financiación y ayudar al crecimiento del negocio de empresas, gracias a la entrada en los mercados de capitales y una mejor salida a los mercados internacionales.
- Aportar conocimiento y una visión exhaustiva del entorno, que facilite la toma de decisiones empresariales tanto en la gestión del riesgo comercial, como en la optimización de recursos.
- Facilitar la prospección comercial y desarrollo de clientes, localizando al público objetivo deseado y ampliando el conocimiento sobre el actual.

Si quiere conocer otras Hojas de Análisis o materiales de nuestro Gabinete de Estudios Económicos, entre en:

www.axesor.es/gabinete-estudios-economicos-axesor



Si desea más información, consulte en:

Web | www.axesor.es

Blog | www.axesor.es/blog

Facebook | www.facebook.com/axesor

Linkedin | www.linkedin.com/company/axesor

Twitter | @axesor

buzoncliente@axesor.es | 902101033

Copyright © 2016 AXESOR CONOCER PARA DECIDIR S.A. Todos los derechos reservados.

Esta publicación está protegida por derechos de autor. No está autorizada su difusión sin la previa autorización por escrito de AXESOR. Queda prohibida divulgar ningún contenido ya sea total o parcial de la publicación en ningún tipo de soporte ni facilitarla a terceros, ni trasladar, comunicar, transferir, ceder, subarrendar, sub-licenciar, vender o realizar cualquier otro acto de disposición de los datos o información contenida en la misma, ya sea de forma gratuita u onerosa, ni alterar, transformar o tergiversar de cualquier forma, total o parcialmente, la publicación; así mismo, tampoco podrá copiar y/o duplicar o incorporar a base de datos, la publicación haciendo extensiva esta prohibición a la copia de la misma, una vez modificada y/o fusionada, así como a la creación de ficheros que contengan total o parcialmente la información contenida en la publicación. La publicación y su contenido no se utilizarán para ningún propósito ilegal o no autorizado por AXESOR.



Gabinete
de estudios
económicos
axesor

axesor
conocer para decidir